

**Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет международных отношений и социально-гуманитарных
коммуникаций
Кафедра рекламы и связей с общественностью**

**Интернет-реклама в продвижении услуг коммерческой
организации**

ОП ВО «42.03.01 – Реклама и связи с общественностью»

Выпускная квалификационная работа

Выпускная квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Исполнитель:
Мельников Илья Александрович,
студент ____ группы
заочного отделения

дата О.Н. Грибан,
И.О. зав. кафедры РиСО

дата подпись

Руководитель ОПОП:

Научный руководитель:
Грибан Олег Николаевич,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры рекламы и связей с
общественностью

М.А. Николаева,
канд. пед. наук, доцент

дата подпись

Екатеринбург 2017 г.

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Теоретические аспекты продвижения коммерческих услуг в сети Интернет	6
1.1. Коммерческие услуги как объект продвижения.....	6
1.2. Особенности и средства интернет-рекламы в продвижении коммерческих услуг	13
1.3. Оценка эффективности продвижения услуг коммерческой организации	26
Глава 2. Интернет-продвижение коммерческих услуг ООО «Промтехэксперт 77»	36
2.1. ООО «Промтехэксперт 77»: характеристика организации, анализ и оценка текущих действий по продвижению	36
2.2. Разработка и запуск одностраничного сайта для ООО «Промтехэксперт 77».....	53
2.3. Разработка и запуск контекстной рекламы для ООО «Промтехэксперт 77».....	67
2.4. Оценка эффективности интернет-продвижения ООО «Промтехэксперт 77».....	75
Заключение	83
Список использованной литературы	Ошибка! Закладка не определена.
Приложения.....	87

Введение

Эффективное продвижение услуг на рынке — первоочередная задача любого бизнеса. При этом неизменно возникает вопрос о том, каким образом следует осуществлять продвижение товаров и услуг. Максимальную пользу большинству видов бизнеса приносит Интернет. Продвижение в Интернете обеспечивает самый широкий охват аудитории. Телевидение, радио, пресса по-прежнему пользуются популярностью, но им уже не сравниться с виртуальным пространством. Особенно в сфере продвижения услуг на рынке. С каждым днем количество постоянных пользователей, посещающих всемирную паутину, растет. По данным исследовательской компании GfK за 2017 год аудитория Всемирной сети увеличилась почти на 4 миллиона человек и на 29 января 2017 года составила 84 миллиона пользователей. В России около половины пользователей Сети – мужчины. Люди старше 45 лет используют всемирную паутину, как правило, для работы. Более молодые проводят там больше времени в качестве развлечения [Исследование GfK. Режим доступа: <http://www.gfk.com/en-sg/insights/press-release/issledovanie-gfk-za-2015-god-internet-auditorija-v-rossii-uvelichilas-eshe-na-4-mln-chelovek/> (16.05.2017)].

Данная работа имеет теоретическую и практическую значимость, т.к. в ней не только рассмотрены методы и инструменты интернет-продвижения коммерческих услуг, но и на примере реально-существующей компании проанализированы используемые ей каналы, выявлены существующие проблемы, а также разработаны и внедрены действенные меры, направленные на их решение. Несмотря на возросшую популярность онлайн услуг, методы и инструменты интернет-продвижения, применимые именно к данной сфере, все еще остаются в малой степени описанными в специализированной литературе.

Объектом данной работы является интернет-реклама коммерческих услуг. Предметом – продвижение услуг компании ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» в сети Интернет.

Цель исследования: изучить теоретические и практические особенности продвижения коммерческих услуг в сети Интернет.

Среди основных задач, которые необходимо решить на пути к достижению поставленной цели, выделены:

- рассмотрение понятия «коммерческая услуга» как объекта продвижения;
- изучение особенностей и средств интернет-продвижения;
- изучение методов оценки эффективности интернет-продвижения;
- анализ и оценка текущих действий по продвижению коммерческих услуг ООО «Промтехэксперт 77», выявление существующих проблем;
- разработка и запуск одностраничного сайта компании, направленного на продвижение в сети Интернет услуг по обследованию зданий и сооружений;
- разработка и запуск контекстной рекламной кампании в Яндекс Директ для данного направления;
- оценка эффективности внедренных инструментов, формирование выводов.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы общенаучные методы исследования, такие как анализ профильной литературы по теме исследования, обобщение, систематизация, классификация и сравнение данных, а также эмпирические - описание, наблюдение, контент-анализ, беседа, математическое и статистическое измерение.

Информационную базу исследования составили материалы печатных изданий, специализированных российских и зарубежных веб-сайтов,

аналитические статьи, а также данные статистических отчетов Яндекс Директ, и аналитического сервиса Яндекс Метрика.

Данная выпускная квалификационная работа состоит из 86 страниц текста, содержит 16 рисунков, 3 таблицы и включает в себя три главы, сформированные в соответствии с задачами исследования, введение, заключение, список использованной литературы и приложения. Первая глава посвящена рассмотрению теоретических аспектов исследуемой темы. Во второй главе проводится анализ существующих действий по продвижению организации ООО «Промтехэксперт 77», выявление проблем, разработка и запуск одностраничного сайта и контекстной рекламной кампании, а также анализ и оценка внедренных методов продвижения. В заключении описаны результаты проделанной работы.

Глава 1. Теоретические аспекты продвижения коммерческих услуг в сети Интернет

1.1. Коммерческие услуги как объект продвижения

Каждое торговое предложение обладает своей спецификой, и это накладывает отпечаток на всю стратегию его продвижения. Тем не менее, абсолютно оригинальные предложения встречаются редко. Рынок всегда можно поделить на разные виды/направления, где бизнес будет обладать общими уникальными для этого направления характеристиками. Используя тот или иной подход его можно сегментировать как на несколько десятков, так и на несколько тысяч частей. Но в первую очередь все предложения можно разделить, отнеся их либо к рынку товаров, либо к рынку услуг, либо их комбинации.

Маркетинг в сфере услуг имеет свои отличительные особенности, что позволяет рассматривать сферу услуг как самостоятельное направление на товарном рынке.

С позиций маркетинга под услугами понимают огромное разнообразие видов деятельности и коммерческих занятий. Коммерческая услуга — это объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворений [Котлер Ф. Основы маркетинга, 2014, с. 243].

Услуга — любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном не осязаемы и не приводят к завладению чем-либо [Лавлок К. Маркетинг Услуг., 2013, с. 39].

В последние годы получило распространение следующее определение коммерческих услуг, данное американским специалистом Т. Хиллом. Он

считает, что коммерческая услуга — это изменение состояния лица или товара, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой [Д. Бурменко. Сфера услуг: Экономика: учебное пособие, 2012, с. 82].

Такое определение позволяет рассматривать услуги как конкретный результат экономически полезной деятельности, проявляющейся либо в виде товара, либо непосредственно в виде деятельности. Экономическая полезность делает услугу предметом торговли.

В публикациях новейшего времени все чаще встречается сочетание «товары и услуги», что свидетельствует об отсутствии должного понимания сущности употребляемых понятий. А все дело, по мнению ведущих маркетологов «котлеровской школы», в соотношении осязаемых и неосязаемых элементов в том, что фирма предлагает потребителям [Котлер Ф. Основы маркетинга, 2014, с. 243]. Так, различают пять основных категорий и предложений продукта.

1. Предложение чисто осязаемого товара (например, мыло, зубная паста, соль); элемент услуги в данном случае отсутствует.

2. Предложение осязаемого товара, сопровождаемого одной или несколькими услугами. Продажи высокотехнологичных товаров (компьютеры или автомобили) часто зависят от качества и доступности сопровождающих услуг (наличия демонстрационных залов, доставки, ремонта и техобслуживания, использования тренинговых программ, консультаций при установке и выполнении гарантийных обязательств). В некотором смысле производители автомобилей — это скорее сервисные компании, чем производственные, т.к. значительная доля их прибыли поступает от финансовых услуг покупателям (лизинговых пакетов, ссуд и пр.).

3. Многие провайдеры услуг кроме своего базового предложения предлагают физические товары. В таких гибридных предложениях осязаемые

и неосязаемые элементы представлены примерно в равных частях. В качестве примера можно привести рестораны, предлагающие и пищу, и обслуживание.

4. Предложение, состоящее из услуги, которая в незначительной степени сопровождается товаром. В этом случае существует какая-либо одна главная услуга в совокупности с рядом дополнительных услуг и вспомогательных товаров. Например, пассажиры авиакомпаний в первую очередь покупают перелеты, но к ней добавлен целый ряд осязаемых элементов (повышенный комфорт, питание и пр.).

5. Предложение услуг в чистом виде, например, стрижка в парикмахерской, присмотр за детьми, финансовые услуги и др.

Поскольку комплекс услуг может меняться, необходима систематизация. Так, услуги можно разграничить:

- по типу владения - (частное (склады, банки) или государственные (полиция, государственные медицинские учреждения);
- по типу рынка – потребительский (страховые компании, розничная торговля) и промышленный (b2bсектор);
- по степени контакта с человеком – услуги высокого уровня контакта (парикмахерские) и низкого (химчистка), где представление услуг направлено не на людей, а на предметы [Новаторов Э. В. Маркетинг услуг: теория и технология, 2015, с. 98].

Услуги могут оказывать не только люди, но и автоматизированное оборудование (торговые автоматы, банкоматы). Первая из этих двух категорий подразделяется на услуги, предоставляемые квалифицированными специалистами (адвокаты, врачи, инженеры), и услуги, не требующие специальных навыков (грузчик, уборщик).

Исключительное многообразие предлагаемых услуг предполагает учет отличительных особенностей каждой из них при разработке программы маркетинга и системы продвижения. Но несмотря на разнообразие типов услуг, существует целый ряд характеристик, присущих каждой из них, которые необходимо учитывать при разработке программ

продвижения[Хаксевер К. Управление и организация в сфере услуг: теория и практика, 2013, с. 131].

1. Неосвязаемость услуги – основная характеристика услуги, которая означает, что ее нельзя продемонстрировать заранее – невозможно попробовать на вкус, потрогать, примерить, прослушать до приобретения. Потребитель может детально изучить цвет, технические спецификации, дизайн и надежность аудиосистемы, которую он планирует приобрести и заранее прослушать ее звучание. В отличие от него клиент парикмахерской увидит результат своего контакта с обслуживающим персоналом только после приобретения услуги, также как и пассажиры авиакомпании, которые отправляясь в полет, имеют лишь билет и обещание перевозчика, что в указанное время они будут доставлены в пункт назначения. Вследствие неосвязаемости услуги и невозможности оценить ее до момента покупки, как это делается при приобретении физического товара, резко возрастает неопределенность. Чтобы ее снизить, покупатели ищут «сигналы», любые свидетельства, которые могли бы подтвердить высокое качество приобретаемой услуги. Свои выводы они делают, оценивая место предоставления услуги, персонал, цены, используемое оборудование, отзывы других клиентов, которые уже воспользовались данной услугой, примеры выполненных работ и прочие видимые элементы. Таким образом, каждый поставщик услуг должен стремиться к наиболее эффективному управлению материальными свидетельствами, иными словами, «материализовать услугу», предоставляя потребителю конкретные свидетельства преимуществ от ее приобретения. Если производители товаров стараются добавить неосязаемые характеристики (скорость доставки, улучшенные условия гарантии и пр.), то перед поставщиками услуг стоит противоположная задача – добавить материальные элементы, которые подтверждали бы высокое качество их услуги. Этим объясняется то, что ключевые слова в продвижении услуг — это польза и выгода, которые получает клиент, обращаясь в данную организацию.

2. Неотделимость услуги – одна из основных характеристик услуги, означающая, что услуга производится и потребляется одновременно и неотделимо от ее поставщика, будь то человек или оборудование. Если услугу предоставляет человек, то он становится ее элементом. Он обеспечивает конкурентоспособность предприятий. В силу того, что в процессе обслуживания обязательно присутствие потребителя услуг, еще одним специфическим аспектом является взаимодействие поставщика и потребителя услуги. Это означает, что результат процесса обслуживания зависит как от поставщика, так и от потребителя. Маркетинговой стратегией здесь является высокий профессиональный уровень продавцов услуг, они должны быть правильно подготовлены не только к качественному выполнению услуги, но и к правильному взаимодействию с клиентом. Еще одной особенностью неотделимости услуг является присутствие и участие в их предоставлении других потребителей. Следовательно, еще одна задача в сфере услуг состоит в том, чтобы гарантировать, что потребители, участвующие в процессе потребления услуги, не мешают друг другу и не снижают уровень удовлетворения других клиентов.

3. Изменчивость, непостоянство качества услуги означает, что ее качество зависит от того, кто ее предоставляет, а также от того, когда, где и как она предоставляется. Контролировать качество услуги очень сложно. Способность поставщика услуг удовлетворить потребителя зависит от действий и поведения его персонала, непосредственно участвующего в обслуживании. Для уменьшения изменчивости услуг применяются стандарты обслуживания — это комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов.

Качество услуги играет не только важнейшую в успешности деятельности организации, но и является основополагающим перечнем при разработке стратегии продвижения услуги. За основополагающую базу можно взять перечень критериев, разработанный для сферы услуг группой американских маркетологов под руководством Л. Берри, он включает в себя

десять критериев (факторов) оценки качества услуг[Новаторов Э. В. Маркетинг услуг: теория и технология: Монография, 2015., с. 86]:

- доступность (access);
- коммуникабельность (communication);
- компетентность (competence);
- обходительность (courtesy);
- доверительность (credibility);
- надежность (reliability);
- отзывчивость (responsiveness);
- безопасность (security);
- осязаемость (tangibles);
- понимание/знание клиента (understanding/knowledge).

Впоследствии другой группой американских ученых была установлена взаимосвязь между некоторыми элементами, в силу чего им удалось сгруппировать и сжать выше представленный список. Так, критерии «понимание и знание клиента» и «доступность» были объединены в единую категорию «сочувствие» (empathy), а критерии «безопасность», «доверительность», «обходительность», «компетентность» и «коммуникабельность» были объединены в общую категорию «убежденность» (assurance). Таким образом, заключительный список эмпирически установленных критериев качества услуги сократился до пяти[Новаторов Э. В. Маркетинг услуг: теория и технология: Монография, 2015., с. 137]. В общем виде эти критерии формулируются следующим образом:

1. Материальность (tangibles): возможность увидеть современное оборудование, оргтехнику, персонал, наличие и привлекательность информационных материалов об услугах фирмы.
2. Надежность (reliability): способность фирмы выполнить обещанную услугу в срок, точно и основательно.

3. Отзывчивость (responsiveness): быстрое обслуживание и искреннее желание руководства и персонала фирмы помочь потребителю.

4. Убеденность (assurance): компетентность, ответственность и уверенность обслуживающего персонала фирмы.

5. Сочувствие (empathy): выражение заботы, вежливость и индивидуальный подход к потребителям.

Представленные критерии должны быть обязательно использованы при корректировке деятельности фирмы в процессе разработки программ продвижения.

4. Недолговечность услуги означает, что услугу нельзя сохранить с целью продажи или использования в будущем.

«Сиюминутность» — важная отличительная черта услуг. Услуги не могут быть сохранены для дальнейшей продажи: непроданные билеты, незаселенные комнаты в гостинице, пустые салоны парикмахерских, бань. Если спрос на услуги становится больше предложения, то нельзя это исправить, как в торговле, промышленности (число желающих поселиться в гостинице больше числа мест). Аналогично, если предложение услуг выше спроса — теряется прибыль [Разумовская А., Янченко В. Маркетинг услуг, 2014, с. 213].

Как правило, спрос на услуги меняется в зависимости от времени года, от дней недели. Летом больше пассажиров, меньше посетителей бань. Неспособность услуг к хранению требует разработки маркетинговых решений по сбалансированности спроса и предложения. Это может быть:

- установление дифференцированных цен, скидок;
- организация предварительных заказов;
- введение в периоды пикового спроса альтернативы дополнительных услуг;
- обучение персонала совмещению функций и др.

Сфера услуг, как показывает практика, является одной из самых перспективных, быстроразвивающихся отраслей экономики. Она охватывает

широкое поле деятельности от торговли и транспорта до финансирования, страхования и посредничества. Практически все организации в той или иной форме оказывают услуги. По мере усложнения производства и насыщения рынка товарами растет спрос на услуги. Сфера услуг опережает производственную сферу по темпам роста, по появлению новых видов услуг, по ее приспособлению к потребностям рынка и потребителей [Гарри Беквит, Четыре ключа к маркетингу услуг, 2017, с. 342].

Указанные отличительные характеристики, особенности услуг делают управление операциями в сфере услуг более трудным делом, чем в промышленности или торговле с точки зрения обеспечения эффективности; определяют специфику управления и применения маркетинга и, как следствие, инструментов продвижения. Более подробно методы и каналы продвижения в сети Интернет, наиболее применимые и релевантные для сферы услуг, будут рассмотрены в следующем параграфе.

1.2. Особенности и средства интернет-рекламы в продвижении коммерческих услуг

Как уже отмечалось ранее, понятие услуг отличается от понятия товаров и продуктов. При продаже товаров, а, соответственно, и при их продвижении, предприниматель имеет возможность в действительности продемонстрировать основные свойства и характеристики продукта своему покупателю: показать его, как он работает и функционирует, дать испытать, самостоятельно перед покупкой. На товар, продукты существует гарантия в течение определенного срока, которая служит способом рекламирования и продвижения: чем больше гарантия, техническое обслуживание, тем товар

считается надежнее. Услуги, в отличие от товаров, неосвязаемы: их нельзя потрогать, повертеть, выбрать подходящий цвет, нельзя взять на время попользоваться, нельзя вернуть обратно продавцу. С гарантией также не все просто: гарантия может распространяться не на саму услугу, а на результат её оказания, но в данном случае речь, скорее, может идти о выполнении каких - то работ. Продавая товар, предприниматель сначала знакомит покупателя с товаром, с предметом, потом получает за него деньги. Покупатель отдает деньги тогда и за то, когда он знает практически на 100%, что он покупает, как будет использовать купленный товар[Новаторов Э. В. Маркетинг услуг: теория и технология: Монография, 2015., с. 215].

Разработать же стратегию продвижения коммерческих услуг, в том числе и в сети Интернет, в отличие от товаров несколько сложнее. Это связано с их спецификой[Хаксевер К. Управление и организация в сфере услуг: теория и практика, 2013, с. 184]:

- невозможность оценить качество до покупки;
- неосвязаемость;
- единство с источником;
- нет возможности длительного сохранения результатов.

Среди ключевых особенностей продвижения услуг в сети Интернет можно выделить следующие [Ф. Вирин, Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов, 2012, с. 256]:

1. Значимость бренда. Бренд – часто гарантия качества услуги и ее соответствия ожиданиям клиента. Потому так важно работать над репутацией и повышением узнаваемости компании, проводить грамотный интернет-брендинг;

2. Важность мнения клиента. Выбирая салон красоты или стоматологическую клинику, люди зачастую ищут отзывы в Интернете. Им важно узнать, понравились ли окружающим услуги в этой компании, важно учиться на чужих ошибках. Потому обеспечение позитивного мнения клиентов в виде отзывов в Интернете (управление репутацией) – один из

ключевых элементов продвижения услуг. Также зачастую спрос в этой области определяется наличием «сарафанного радио»;

3. Необходимость коммуникации. Обратная связь с клиентами крайне важна при продвижении услуг, необходимо получать мнения о работе персонала и на их основе совершенствовать сервис. Более того выстроенная коммуникация повышает лояльность клиентов, увеличивает доверие к компании, делает ее ближе к целевой аудитории.

Что касается разработки стратегии продвижения, то здесь подробного плана для всех услуг разумеется не существует. Но ряд общих принципов для рекламных кампаний в этой сфере есть и использование этих принципов в работе позволяет повысить эффективность всего бизнес-процесса. Инструменты интернет-продвижения в сфере услуг они идентичны тем, которые используются в производственной сфере, но вместе с тем каждый из них имеет разную эффективность для каждого направления. Далее будут рассмотрены особенности основных средств интернет-продвижения, которые дают максимальную результативность и отдачу именно в сфере услуг.

Наиболее популярными методами являются:

- разработка веб-сайта;
- контекстная реклама;
- поисковая оптимизация (SEO);
- продвижение в социальных сетях (SMM);
- медийная реклама;
- контент-маркетинг;
- e-mail рассылка;
- сайты-агрегаторы;
- управление репутацией (SERM).

Самые востребованные и действенные инструменты из этого списка – SEO, контекстная реклама и социальные сети. Их сочетание позволяет охватить наибольшее количество целевой аудитории. Прочие средства, перечисленные выше, применяются обычно как вспомогательные.

Анализируя их использование, можно определить производительность каждого и грамотно распределить финансы на поддержку любого из них.

1. Веб-сайт компании как основной канал продаж.

Сегодня, компании, работающие в сфере услуг, прежде всего, должны обеспечить свое присутствие в сети Интернет – создать удобный и информативный веб-сайт, который в свою очередь позволяет клиентам иметь круглосуточный доступ к информации о компании, дает возможность ознакомиться услугами, найти ответы на часто задаваемые вопросы и отзывы клиентов, уже воспользовавшихся услугой, узнать стоимость и политику ценообразования и, что очень важно, заказать или оставить заявку на необходимую услугу.

Веб-сайт — это совокупность программных, информационных, а также медийных средств, логически связанных между собой. Это основной плацдарм обработки интернет-трафика и конверсии посетителей в клиентов [Сухов С., Овчинников Р. Корпоративный веб-сайт на 100%, 2013, с. 45].

Веб-сайт должен максимально подробно рассказывать о компании и ее услугах, по возможности отвечать на потенциальные вопросы со стороны клиентов, иметь максимум демонстрационных материалов. Традиционно веб-сайт выполняет следующие основные задачи:

- продвижение услуг (правильно сделанный веб-сайт с легкостью приведет клиента к заключению о необходимости заказа услуги, представленной на нем);
- непосредственная продажа услуг (опция заказа товаров и услуг, не отходя от компьютера, значительно расширяет возможности и клиента, и продавца);
- бесплатное предоставление информации о компании и ее услугах;
- поддержка клиентов.

Разрабатывая веб-сайт, особенно важно показать клиенту силу (преимущества компании) – особое оборудование, достигнутые результаты, реальные преимущества, уровень сервиса и пр.. Важно быть точным информативными – не «выгодные цены», а «от 199 рублей за стрижку»; не «высокий уровень сервиса», а «прием без ожидания и оформление за 15 минут» и так далее. Необходимо точно сформулировать преимущества компании, четкие услуги, дать исчерпывающий и одновременно интуитивно понятный для клиента объем информации, что в дальнейшем позволит продвигать реальные, а не абстрактные вещи.

Также как и веб-сайт с товарным предложением, веб-сайт в сфере услуг должен побуждать клиента к действию, то есть у клиента после посещения сайта и просмотра материала должно возникнуть желание позвонить, заказать, записаться на услугу. У него должна быть возможность с любой страницы ресурса 24 часа семь дней в неделю. Сайт должен быть адаптивен, то есть. одинаково функционален при просмотре с компьютера, планшета и смартфона[Алистер Кролл, Шон Пауэр. Успешный сайт. Как превратить свой сайт в машину по зарабатыванию денег, 2014, с. 164].

Но просто веб-сайт сам по себе не имеет большой ценности для компании. Для того, чтобы посетители конвертировались в заказы, их нужно для начала привлечь на сайт, т.е. создать трафик. Безусловно какое-то число пользователей будет приходить на Интернет-ресурс из оффлайн каналов, после встреч, переговоров, общения по электронной почте, но этот объем сравнительно невысок и не представляет собой полноценный массив пользователей для интернет-направления. Основными каналами генерации трафика на сайт в сфере услуг, как собственно и в товарной, являются два инструмента, которые, в свою очередь, имеют моментальный и отложенный эффект – контекстная реклама и SEOоптимизация, соответственно. Далее данные инструменты будут рассмотрены подробнее.

2. Контекстная реклама.

Контекстная реклама — это вид размещения интернет-рекламы, в основе которой лежит принцип соответствия содержания рекламного материала контексту (содержанию) интернет-страницы, на которой размещается данный материал [Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста. / Под ред. Алексея Басова. — СПб.: Питер, 2009., с. 54]. Т.е. данный вид рекламы действует избирательно и отображается лишь тем посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара либо услуги.

Данный инструмент одинаково универсален и полезен как в продвижении товаров, так и услуг. Другими словами это эффективный инструмент для связи с потенциальными клиентами, которые ищут услуги рекламоателя в Интернете.

Контекстная реклама бывает двух видов:

1. Поисковая контекстная реклама, связанная с текстом поискового запроса, которая показывается на страницах результатов поиска в ответ на запросы пользователей. [Бабаев, А., Евдокимов, Н., Иванов, А. Контекстная реклама. Учебник. — СПб.: Питер, 2011. с. 34].

2. Тематическая контекстная реклама. Транслируется на площадках (web ресурсах), близких по тематике с текстом рекламного объявления.

Сегодня на российском рынке контекстной рекламы выделяют несколько основных участников, но ведущую роль играют сервисы контекстной рекламы, являясь связующим звеном между рекламоателями, рекламными площадками и агентствами, на сегодняшний день наиболее популярными в России являются системы Яндекс Директ, Google.Adwords и Begun.

Яндекс Директ - система для размещения контекстной рекламы от компании Яндекс, подходит для сайтов всех групп и тематик, не запрещенных законодательством РФ. Размещая контекстные объявления в Яндекс Директ, рекламоатели также получают доступ к обширной

рекламной сети Яндекса, предлагающей размещение рекламных объявлений на тысячах сайтах-партнерах [Яндекс Директ. Тематический контекст. Режим доступа: <https://yandex.ru/adv/products/context/platforms> (07.02.2017)].

Среди особенностей системы Google.Adwords можно отметить возможность генерации «зарубежного» трафика, что актуально для компаний, которые заинтересованы в привлечении иностранных клиентов. Система позволяет эффективно распределять расходы, является удобной и продуманной с точки зрения пользователя [Контекстная реклама. Режим доступа: <http://www.aft.ru/uslugi/reklama/kontekstnaya-reklama/> (07.02.2017)].

Begun (Rambler) обладает приветливым интерфейсом, удобной навигацией и широкими возможностями по оплате услуг. Партнерская рекламная сеть системы насчитывает более 143 000 сайтов. Begun дает возможность работать с несколькими объявлениями одновременно, размещать рекламные сообщения в рассылках и блогах [Бабаев, А., Евдокимов, Н., Иванов, А. Контекстная реклама. Учебник. — СПб.: Питер, 2011, с. 98].

Контекстная реклама – мощный инструмент, позволяющий получить практически моментальную (в течение нескольких часов) отдачу от потраченного бюджета. Помимо этого данное направление интернет-продвижения имеет следующие преимущества: точное попадание в целевую аудиторию – пользователь сам ищет те услуги, которые показываются в объявлениях; быстрая отдача от рекламы; доступный рекламный бюджет – запуск рекламной кампании возможен с бюджетом от 1000 рублей; прогнозируемость расходов и ограничение бюджета; гибкость в настройке рекламной кампании (с учетом бюджета, географии, времени суток и пр.); мощная аналитика; удобный формат восприятия (краткие рекламные объявления); оплата за клики, а не за показы.

Несмотря на высокую эффективность и широкое применение данного инструмента в сфере услуг, при разработке контекстной рекламной кампании стоит обратить внимание на ряд важных моментов, чтобы не превратить

данный инструмент в «пожирателя бюджета». К наиболее важным моментам можно отнести:

- аукционная система определения стоимости - если кто-то из рекламодателей готов платить за клик больше, то его объявление будет показано раньше; число заказчиков, готовых повысить стоимость за клик может возрасти до такого количества, объявления с низкой стоимостью за клик вовсе не будут показываться пользователям.
- опасность перерасхода бюджета при неправильной настройке.
- угроза заказа искусственных кликов конкурентами для быстрого использования бюджета рекламодателя;
- блокировка рекламы пользователями - некоторые непримиримые борцы с рекламой устанавливают программы, блокирующие контекстные рекламные сообщения;
- непригодность для определенных сфер бизнеса – речь идет о больших продуктовых сетях, газовых и нефтяных монополиях, а также других сферах, где покупатели ищут товары и услуги в офлайн пространстве [Ф. Вирин, Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов, 2012, с. 187];
- кратковременность действия - эффект от такого вида рекламы длится недолго, все время требуется пополнять рекламный бюджет и корректировать настройки рекламной кампании; это особенно заметно в сравнении с SEO-продвижением, которое позволяет обеспечить стабильный поток трафика в течение долгого времени;

Именно о последнем направлении интернет-продвижения пойдет речь дальше.

3. Поисковая оптимизация (SEO)

По статистике ежемесячно около полумиллиарда пользователей делают 11 млрд запросов в поисковиках. Порядка 90% из них переходят на сайт именно оттуда. Около 70% пользователей Интернета игнорирует контекстную рекламу, используя для перехода органическую выдачу. Около

40% всех покупателей приходит на коммерческие веб-сайты через поисковые системы. Благодаря им примерно 46% пользователей узнают о новых проектах и услугах.[Блог об интернет-маркетинге. Продвижение услуг в Интернете. Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/prodvizhenie-uslug-v-internete/> (18.05.2017)]. Таким образом, невозможно недооценивать значение поисковой оптимизации в маркетинговой кампании.

Данные, полученные в ходе исследования NPD Group, говорят о том, что примерно 55% покупателей приходят на сайт через Яндекс и Google. При этом конверсия посетителей страницы в клиентов в 15 раз выше перевода любых других источников трафика. Совершенствование предоставления услуг в Интернете через поисковики имеет самый высокий показатель ROI (возврата инвестиций) – 42%. Например, баннерная реклама имеет аналогичный индекс в 4% случаев.[Блог об интернет-маркетинге. Продвижение услуг в Интернете. Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/prodvizhenie-uslug-v-internete/> (18.05.2017)].

Итак, поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO) — комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей, с целью увеличения сетевого трафика (для информационных ресурсов) и потенциальных клиентов (для коммерческих ресурсов) и последующей монетизации (получение дохода) этого трафика [В. Кажарнович. SEO на результат. Простые и понятные методы продвижения в Интернете, 2017, с. 106].

Обычно чем выше позиция сайта в результатах поиска, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него с поисковых систем. При анализе эффективности поисковой оптимизации оценивается стоимость целевого посетителя с учётом времени вывода сайта на указанные позиции и конверсии сайта.

Плюсы и минусы продвижения сайта в поисковых системах очевидны:

- отличный инструмент для масштабирования. Затраты остаются фиксированными, а результаты при правильной работе растут из года в год
- единственный инструмент, позволяющий постоянно снижать стоимость привлеченного клиента.
- даже при полном отсутствии бюджета достигнутые результаты еще долго будут оставаться прежними.

Однако при всей своей эффективности, данный инструмент является достаточно дорогостоящим, сложным в применении и отложенным результатом.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что оптимизация заключается не только в совершенствовании контента в поисковых системах, но и в улучшении функциональности (юзабилити), привлечении целевого трафика и увеличении интереса целевой аудитории к сайту в целом.

Также не стоит терять бдительность, если сайт уже вошел в ТОП. Попадание в первую тройку, пятерку или десятку выдачи заставляет сайт конкурировать с другими, и пользователь будет выбирать из 10 предложенных вариантов какой-то один. В первую очередь на выбор сайта подталкивает максимально полная и ценная информация. Полезность того или иного контента пользователь определяет для себя сам, поэтому нужно предоставить наиболее широкий спектр сведений об услугах, продвижением которых занимается компания [Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах, 2011, с. 186]

Генерировать трафик потенциальных клиентов можно не только на веб-сайт, сегодня большую популярность приобретают социальные сети, позволяющие с высокой точностью таргетировать аудиторию, а также создавать еще одну площадку с интересным и качественным контентом, что в сфере услуг имеет такую важность.

4. Социальные сети.

При покупке и интернете, хотя и в оффлайне тоже, все покупатели хотят быть уверенными в том, что их не обманут и за свои деньги они

получат, то, что им обещали. По этой причине чаще всего они принимают решение либо по совету знакомых, либо ознакомившись с рекомендациями и отзывами от людей, которые были вашими клиентами. Особенно это актуально для сферы услуг, как было отмечено ранее, услугу нельзя потрогать и рассмотреть перед приобретением, поэтому «сарафанное радио» или отзывы пользователей, уже воспользовавшихся услугами, имеют невероятную ценность для потенциальных клиентов.

Уровень доверия так же повышает личное общение с представителями компании. Социальные сети в этом плане идеальные площадки. И продвижение услуг в интернете становится здесь проще. Они позволяют не прятаться (пусть и не специально) от аудитории за обычной рекламой, а быть с ними лицом к лицу и всегда на связи.

Так как социальные сети созданы для общения и обмена информацией, то не удивительно, что они используются для продвижения разного рода услуг. Очевидное их преимущество – широкий охват аудитории. Эти крупные проекты сами генерируют информацию и имеют свою атмосферу доверия [Данченко Л. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации, 2013, с. 34].

Таким образом, их можно использовать для увеличения трафика. Стоимость SMM может выгодно отличаться от рекламы в поисковых системах (от двух до пяти раз), при этом обеспечивая высокие показатели конверсии. В социальных сетях можно заниматься как продвижением своей компании и услуг, так и собирать подписку или обратную связь в виде опросов, отзывов, оценки услуг и т.д. Это, безусловно, важный инструмент продвижения бизнеса.

К преимуществам социальных сетей в особенности для сферы услуг можно отнести следующее:

- безграничное пространство для контента;
- высокая степень вовлеченности аудитории;
- широкие возможности для таргетирования трафика;

- персонализация клиентов и сотрудников компании (люди понимают, что из себя представляет человек, с которым они общаются, что в свою очередь повышает доверие к рекомендациям, отзывам и прочей информации);

- возможность публикации фото и видео отзывов;

- быстрота коммуникаций и пр.

- сравнительно невысокие вложения в развитие канала;

Выше выделены основные инструменты интернет-продвижения в сфере услуг. Однако наряду с ними существуют еще и вспомогательные, среди них:

- медийная реклама рассчитана, в первую очередь, на эмоциональное восприятие аудиторией. Этот вид коммуникации формирует отношение к бренду и помогает создать нужные ассоциации — связать эмоции пользователей с компанией или продуктом [Медийная реклама в интернете и ее преимущества. Режимдоступа: <https://www.veinteractive.com/ru/blog/medijnaya-reklama-v-int/> (05.02.2017)];

- контент-маркетинг применительно к бизнесу в сфере услуг — это регулярное создание и распространение (на форумах, профессиональных информационных сайтах и пр.), крайне полезной для целевой аудитории информации, цель которой, вызвать у потенциальных клиентов доверие и интерес к компании. Контент-маркетинг — одно из направлений PR в интернете. Основное отличие этого метода от обычной рекламы в том, что эта информация не несет прямой рекламной окраски, не навязывает и не кричит об уникальности. Эти материалы вызывают доверие и интерес, через решение проблем клиентов, через раскрытие интересной информации, профессионально и честно [Роберт Роуз, Джо Пулицци. Управление контент-маркетингом, 2014, с. 26];

- сайты агрегаторы — интернет-справочники услуг различной тематики. Основная цель - собрать максимум полезной информации и предоставить ее пользователю максимально наглядно и структурировано,

чтобы он решил проблему выбора услуги на данном сайте и не пошел на площадки агрегаторов-конкурентов[Ф. Вирин, Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов, 2012, с. 164];

- Email маркетинг - способ продвижения товаров или услуг, который подразумевает адресную рассылку писем с интересным и предложениями или новостями компании по электронной почте при получении соответствующего разрешения (или отсутствии отказа) от владельца ящика[Гарри Беквит, Четыре ключа к маркетингу услуг, 2017, с. 394];

- управление репутацией (SERM) - формирование позитивного имиджа компании в Сети, оперативное реагирование на необъективные отклики негативного характера, работа с рекламациями на форумах и в социальных сетях [Роберт Роуз, Джо Пулицци. Управление контент-маркетингом, 2014, с. 94].

На основе вышеизложенной информации можно сделать вывод о том, что в продвижении услуг коммерческих организаций в сети Интернет главенствующую роль играют следующие инструменты: веб-сайт компании, SEOоптимизация, контекстная реклама и социальные сети. Остальные инструменты дополняют вышеперечисленные.

Основная задача веб-сайта в сфере услуг наряду с продуманной маркетинговой составляющей (политика ценообразования, специальные условия сотрудничества и пр.) – разработать максимально информативные материалы и на их основе построить такую структура, чтобы клиент, попадающий на сайт, без труда нашел там ответы на подавляющее большинство вопросов, избавился от сомнений относительно квалификации персонала, качества услуг и пр. и с большой долей вероятности конвертировался из обычного посетителя в клиента фирмы.

Что касается контекстной рекламы и поисковой оптимизации, то эти два инструмента взаимно дополняют друг друга. Первый дает непосредственную отдачу и приносит моментальные результаты, в это время

параллельно можно работать над вторым направлением, которое принесет плоды значительно позднее, 5-6 месяцев.

Продвижение в социальных сетях – еще один незаменимый инструмент в сфере услуг. Данный ресурс позволяет давать пользователям исчерпывающую информации о текущих и будущих проектах, клиентах, услугах, жизни компании и многом другом, оперативно реагировать на отзывы и мнения потенциальных и существующих клиентов (работа с репутацией). Данный инструмент позволяет создать крепкую связь с потенциальной аудиторией и более конкретно (в сравнении с другими каналами) идентифицировать ее.

В целом, обобщая вышесказанное, интернет-продвижение в сфере услуг – это, в первую очередь, работа с репутацией. Наличие положительных отзывов об услугах компании, полезных рекомендаций по улучшению качества со стороны клиентов, восприятие сотрудников фирмы настоящими профессионалами – ключи к успеху и опорные точки в разработки стратегии интернет-продвижения.

Безусловно невозможно сформулировать единые рекомендации, которые будут одинаково эффективны для всех компаний сферы услуг. Профессиональные кадры и практический опыт в совокупности позволят сформулировать эффективную стратегию продвижения, создать интенсивный целевой трафик и конвертировать его в заказы и клиентов. Для того, чтобы понять, какие именно инструменты применимы в той или иной сфере, необходимо систематически и корректно оценивать эффективность каждого из каналов интернет рекламы. Именно на данный вопрос будет рассмотрен в следующем параграфе.

1.3. Оценка эффективности продвижения услуг коммерческой организации

Основные методы рекламы в Интернете нацелены на привлечение трафика на веб-сайты (сайты компаний, промо-сайты, интернет-магазины) для получения информации о компании и ее услугах, а также для ускорения распространения информации о торговой марке. Отдельного внимания заслуживают социальные сети, которые выполняют две основные функции – привлечение трафика на основной сайт, самостоятельная информационная платформа, позволяющая оперативно взаимодействовать с пользователями.

Анализ эффективности интернет-рекламы должен включать использование такого набора показателей, который позволит провести комплексное изучение всех аспектов продвижения в сети Интернет.

В интернет-рекламе, как и в любом другом виде продвижения, рекламное сообщение должно привлечь внимание потребителя, пробудить интерес к услуге, вызвать желание воспользоваться ею и стимулировать потребителя к действию (заказу). Очевидно, что показатели эффективности интернет-рекламы должны отражать все эти этапы.

Эффективность интернет-рекламы состоит из двух взаимосвязанных компонентов: коммуникативной (синтетической) и экономической эффективности. Коммуникативная эффективность определяет скорость коммуникативного воздействия рекламного сообщения на аудиторию, включающую создание имиджа услуги или компании, узнаваемость бренда после рекламной кампании, степень восприятия рекламного сообщения и т. д. В свою очередь, экономическая эффективность рекламных мероприятий определяет их эффективность с точки зрения прибыли и других экономических показателей, характеризующих рекламные кампании, например, затраты, доходы, прибыли, темпы роста объемов продаж и другие.

Как правило, экономические параметры можно получить из систем веб-аналитики. Несмотря на это, необходимо понимать, как они рассчитываются.

Итак, к коммуникативным (синтетическим) показателям относят:

- объем трафика — количество человек, которые заходят на сайт;
- глубина просмотра — количество страниц, которые просмотрел пользователь за одну сессию;
- показатель отказов — процент посетителей, просмотревших одну страницу;
- время на сайте — сколько времени тратят посетители на сайте;
- CTR — показатель кликабельности;
- CTV — это конверсия, может быть для какой-то конкретной формы, страницы, услуги или сайта в целом;
- CPM — средняя цена показов;
- CPC — средняя цена клика.

К экономическим или бизнес показателям:

- CPA — стоимость действия;
- CPO — стоимость заказа или покупки;
- CPL — стоимость лида;
- ROI — коэффициент окупаемости инвестиций;
- Revenue — доходы;
- Profit — прибыль;
- CAC — стоимость привлечение нового клиента;
- LTV — ценность клиента на всю жизнь;
- AOV — средний чек[Ф. Вирин, Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов, 2012, с. 376]:.

Прежде чем детально разобрать каждый показатель, необходимо рассмотреть уровни системы оценки эффективности интернет-рекламы. На рис. 1 представлена воронка конверсий, которая наглядно их демонстрирует.

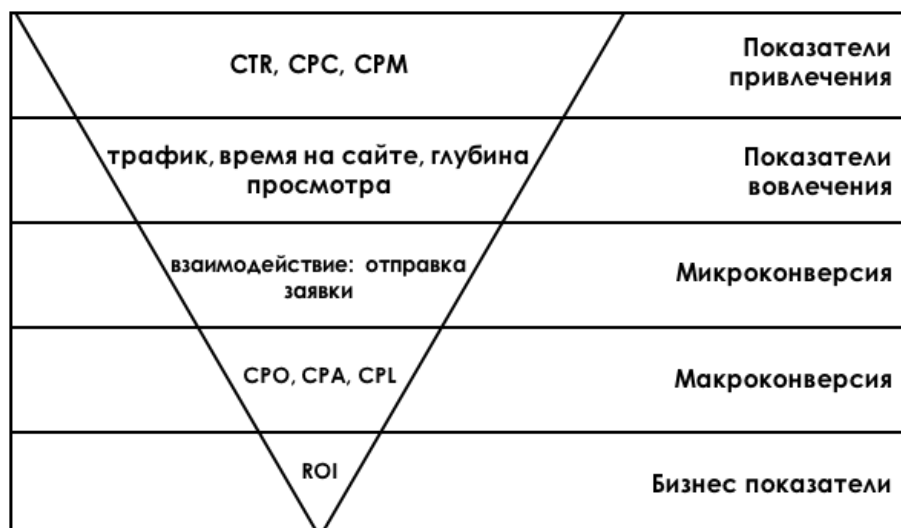


Рис. 1. Воронка конверсий в оценке эффективности интернет-рекламы

Самый верхний уровень — это показатели привлечения. Сюда входят показатель кликабельности по рекламе, а также ее средняя цена показов и кликов. То есть это внешние источники трафика, к которым и относятся основные инструменты интернет-рекламы (SEO, контекстная реклама, медийная и пр.).

Следующий уровень – это показатель вовлечения. То есть это те коммуникативные показатели, о которых упоминалось выше.

Потом идет микроконверсия. После нее идут показатели для макроконверсии, которые необходимо рассчитывать и затем уже бизнес-показатели.

Итак, для начала, как упоминалось ранее, будут рассмотрены показатели для оценки коммуникативной эффективности рекламы в сети Интернет, принцип расчетов которых необходимо понимать. Среди них:

CTR (англ. click through rate) – отношение числа пользователей, которые нажали на рекламу на веб-страницах к количеству показов объявления:

$$CTR = A / B, (1)$$

где A – количество кликов по рекламе; B – количество показов.

Это один из самых популярных показателей эффективности интернет-рекламы, который используется на большинстве рекламных площадок в

статистике для владельцев сайтов.

1. Кликабельность не измеряет показатель сужения воронки продаж, а именно: при определении CTR не берется во внимание дальнейшее действие пользователя после перехода на сайт (совершил покупку, подписался, зарегистрировался или нет). Однако если этот параметр высокий, то можно с уверенностью заявить, что контекстное объявление работает и цель по привлечению клиента достигнута. CTR считается провальным, если не дотягивает до 1%, и высоким при более 3-4% [Блог: CTR в Яндекс Директе: неочевидное и вероятное. Режим доступа: https://elama.ru/blog/ctr-v-yandeks-direkte-neochevidnoe-i-veroyatnoe-doklady-rifa/?verify_authentication=false/ (22.05.2017)].

Этот показатель имеет один существенный недостаток. Он не принимает во внимание количество пользователей, которые нажали на рекламу случайно или тех, кто не заинтересован в рекламируемых услугах.

СТВ (англ. click-to-buy) – показатель, используемый для отображения количества пользователей, которые принимают предложение о покупке среди общего числа людей, которые нажали на рекламу. Иными словами данный показатель еще называется «конверсией»:

$$\text{СТВ} = A / B, (2)$$

где A – количество покупателей; B – количество кликов по рекламе.

Вычислить СТВ легко лишь в том случае, когда рекламируемый сервер имеет механизм прямых онлайн-продаж. Но в случае с рекламой предприятия в сфере услуг такое вычисление является достаточно сложным, поскольку в этом случае необходимы дополнительные исследования с целью определения, откуда покупатели узнали об услуге. Сложно сказать, какой показатель конверсии является эффективным, т.к. для каждого вида услуг он индивидуален.

СТІ (англ. click-to-interest) показывает, сколько пользователей Интернета, которые нажали на рекламу, заинтересовались рекламируемым веб-сайтом.

CPC (англ. cost per click) – сумма, уплаченная рекламодателем интернет-издателям за один клик по рекламному объявлению, которое направляет одного посетителя на сайт рекламодателя. Он может быть исчислен также как цена за тысячу показов. Это значение является одной из основ определения цены в онлайн-рекламе. Формула этого показателя имеет следующий вид:

$$CPC = A / B, (3)$$

где A – затраты на рекламу, руб.; B – количество кликов по рекламе.

CPV (англ. cost per visitor) – это значение учитывает реальное количество посетителей, а не только количество кликов по рекламе. Необходимость в таком показателе обусловлена тем, что посетители могут быть потеряны из-за сбоя соединения или ошибки в работе программы. Он определяется по формуле:

$$CPV = A / B, (4)$$

где A – затраты на рекламу, руб.; B – количество посетителей веб сайта.

CPB (англ. cost per buyer) – это индекс, который рассчитывается как отношение затрат на рекламу к количеству совершенных сделок купли:

$$CPB = A / B, (5)$$

где A – затраты на рекламу, руб., B – количество покупателей.

Очевидно, что данные, полученные при расчете коммуникативной эффективности, не отражают полной картины результатов рекламной кампании. Именно поэтому рассчитывается экономическая (или коммерческая) эффективность [Давыдов В. В. Измерение рентабельности инвестиций в интернет-маркетинге, 2013. No 2. с. 98]. Соответствующие показатели демонстрируют затраты на реализацию рекламной кампании.

Первый показатель, который будет рассмотрен, это доход.

Доход от реализации — это доход, полученный от оказания услуг за определенный период времени.

AOV (англ. average order value) — средний размер заказа или средний чек, отношение совокупного дохода от продаж к количеству заказов.

Этот показатель нужно рассчитывать, так как без него невозможно посчитать ту стоимость, которую компания готова платить за привлечение клиента. Поэтому на этот показатель необходимо обращать внимание.

Коэффициент конверсии (англ. conversion rate) — отношение числа посетителей, которые совершили целевое действие (заполнили форму или совершили покупку) к общему числу посетителей, выраженное в процентах.

Стоит сказать, что универсального хорошего коэффициента конверсии тут нет. У всех он будет абсолютно разным.

Есть два вида конверсии сайта: макроконверсия — заказ, покупка, конечное действие, которое приносит прибыль; микроконверсия — интерес к услугам или товарам (лиды, подписка или скачивание прайса).

Далее необходимо рассчитать стоимость конверсии. Это нужно делать чтобы в дальнейшем можно было планировать расходы на рекламные кампании. Цена конверсии представляет собой отношение расходов на рекламу к количеству конверсий. Выделяют следующие виды конверсий: CPO (англ. cost per order) — стоимость заказа, CPA (англ. cost per action) — цена за действие, CPL (англ. cost per lead) — стоимость лида, CAC (англ. customer acquisition cost) — отношение затрат на рекламу, направленную на привлечение новых клиентов, к количеству новых клиентов за определенный период.

Получается, что стоимость привлечения клиента, это практически стоимость конверсии.

Лид — это заинтересованный в услуге посетитель сайта, который не совершил покупку, но оставил контактные данные. Если считать стоимость лидов (CPL), то необходимо просто разделить все затраты на количество лидов. Но лиды могут быть как старые, так и новые. Поэтому в данном случае стоит выделять такой показатель.

Наиболее интересный показатель эффективности рекламы — это коэффициент окупаемости инвестиций (ROI). Он показывает, насколько рентабельны инвестиции. То есть выгодно или невыгодно мы вложили деньги в тот или иной проект.

Применительно к интернет-рекламе, ROI – это коэффициент определения эффективности вложений в рекламу. Т. е. целесообразной считается реклама, которая не только окупается, но и позволяет извлечь прибыль с продажи товаров и услуг. В общем случае ROI означает отношение прибыли, извлеченной из продажи товаров или услуг к затратам на привлечение покупателей. Чтобы наиболее точно рассчитать эффективность всей рекламной кампании, расчеты необходимо выполнить отдельно по каждому виду рекламы, а также по каждой группе товаров [Давыдов В. В. Измерение рентабельности инвестиций в интернет-маркетинге, 2013. No 2. с. 112]. Для определения ROI в бизнесе применяется следующая формула:

$$ROI = (A-B)/C, (6)$$

где А – общая выручка от продажи услуги; В – себестоимость услуги; С – себестоимость привлечения клиентов через интернет-рекламу (в целом или через отдельный канал).

На основании высчитанной величины ROI можно сделать вывод об эффективности рекламы. Так, если данный коэффициент меньше единицы, такая рекламная кампания считается не эффективной или убыточной. Если же значение равно единице, то считается, что окупилась только расходы на рекламу, но прибыль не получена. Если ROI больше единицы, значит, рекламная кампания не только окупилась, но и принесла доход.

Коэффициент ROI позволяет с достаточно высокой точностью определить эффективность той или иной рекламной кампании. На основании полученных данных можно сделать вывод о целесообразности поддержки конкретного рекламного канала, его развития или отказа от него

Как видно из вышеизложенной информации, существует широкий спектр показателей для оценки эффективности интернет-рекламы. Но вместе с тем существует несколько проблем, которые делают процесс оценки эффективности рекламы более сложным и менее точным, что приводит к отсутствию необходимой информации для бюджетного планирования рекламной кампании, управления затратами, разработки стратегии продвижения и других сфер деятельности компании. Кратко их можно сформулировать следующим образом:

- недостаточная точность информации, полученной из статистики посещения сайта из-за технических особенностей процесса сбора данных;
- качественный характер некоторых показателей;
- приближенный характер результатов интернет-рекламы компаний, которые не продают услуги через Интернет.

Большинство проблем оценки эффективности рекламы в Интернете связаны с особенностями технологических средств, которые используются для сбора и анализа данных. Таким образом, можно предложить следующие мероприятия для их преодоления:

- для оценки количества показов, кликов и количества посетителей следует использовать комбинацию серверных и клиентских средств мониторинга и статистики издателей рекламы с целью получения наиболее точных данных путем расчета среднего значения по данным этих источников.
- интерес пользователей можно измерить путем анализа поведения пользователей при просмотре сайта (количество просмотренных страниц, их порядок и продолжительность сеанса просмотра, которая может быть получена через детальный анализ статистики рекламируемого веб-сайта).
- для оценки коммуникативного эффекта можно использовать небольшие анкеты, чтобы определить, откуда клиент узнал об услуге. Другим возможным методом является предоставление клиентам на сайте специальных промо-кодов, дающих право на скидки, и которые служат

индивидуальным идентификатором клиента.

Несмотря на все сложности оценки эффективности интернет-рекламы, осуществлять данного рода анализ гораздо проще, нежели оффлайн каналов. Для этого существует широкий спектр коммуникативных и экономических показателей, позволяющих оценить эффективность интернет-рекламы компании в целом, ее отдельных инструментов, работу сайта или лендинга и много другое. Данный подход также позволяет прогнозировать рекламный бюджет и исключать из стратегического планирования инструменты, не приносящие прибыль компании, те. неэффективные.

Таким образом, в данной главе были рассмотрены теоретические аспекты интернет-продвижения коммерческих услуг, что в свою очередь позволяет перейти к работе над следующей практической главой и уже на примере реальной компанией, занимающейся оказанием коммерческих услуг, ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» рассмотреть процесс воздействия инструментов интернет-маркетинга на прибыль компании, проанализировать эффективность используемых каналов, выявить проблемы, разработать и внедрить инструменты для их решения и применить их на практике.

Глава 2. Интернет-продвижение коммерческих услуг ООО «Промтехэксперт 77»

2.1. ООО «Промтехэксперт 77»: характеристика организации, анализ и оценка текущих действий по продвижению

Общество с ограниченной ответственностью «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» зарегистрировано в качестве юридического лица 25 августа 2015 года. ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» — это специализированная организация, предлагающая услуги по экспертизе промышленной безопасности, техническому диагностированию и освидетельствованию оборудования, проведению обследования зданий и сооружений, неразрушающему контролю, разработке документации на опасные производственные объекты, проведению пусконаладочных работ, вводу в эксплуатацию объектов теплоэнергетики, аудиту промышленной безопасности [Корпоративный сайт: раздел «О компании». Режим доступа: <http://77.expert/about.html/> (05.02.2017)].

Работы выполняются штатными высококвалифицированными экспертами промышленной безопасности, аттестованными в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 28 мая 2015 г. № 509. Сведения об аттестации экспертов внесены в реестр экспертов по промышленной безопасности Ростехнадзора.

В соответствии с требованиями Федерального закона от 21.07.1997 г. N 116-ФЗ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» имеет лицензию, выданную Федеральной службой по экологическому, технологическому и атомному

надзору (№ ДЭ-00-016022 от 27 мая 2016 г.), на осуществление деятельности по проведению экспертизы промышленной безопасности.

Компания допущена к работам, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства (Свидетельство СРО № 0666.00-2015-7719422572-П-054 от 05 ноября 2015 г.).

В структуре организации находится Лаборатория неразрушающего контроля и технической диагностики (Свидетельство об аттестации № 39A010166 от 16 декабря 2015 г.), выполняющая контроль оборудования и материалов неразрушающими методами при изготовлении, строительстве, монтаже, ремонте, реконструкции, эксплуатации и техническом диагностировании объектов [Корпоративный сайт: раздел «Разрешительные документы». Режим доступа <http://77.expert/docs.html/> (05.02.2017)].

ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» взаимодействует с научными, проектными и специализированными организациями, постоянно расширяя виды деятельности, нацеленные на обеспечение безопасности на опасных производственных объектах.

Таким образом миссия компании ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» заключается в обеспечении безопасной эксплуатации производственных и гражданских объектов с целью предупреждения инцидентов, в результате которых может быть нанесен вред здоровью и жизни людей.

Компания ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» оказывает полный спектр услуг в области экспертизы промышленной безопасности, аттестации и аккредитации лабораторий неразрушающего контроля, монтажа и ремонта производственного оборудования. Среди услуг компании можно выделить следующие направления.

1. Экспертиза промышленной безопасности (ЭПБ) – определение соответствия объектов экспертизы промышленной безопасности, предъявляемым к ним требованиям промышленной безопасности.

Экспертиза проводится с целью определения соответствия объекта экспертизы предъявляемым к нему требованиям промышленной

безопасности и основывается на принципах независимости, объективности, всесторонности и полноты исследований, проводимых с использованием современных достижений науки и техники. Экспертизу проводят организации, имеющие лицензию на деятельность по проведению экспертизы промышленной безопасности, за счет средств ее заказчика на основании договора. Срок проведения экспертизы определяется сложностью объекта экспертизы, но не должен превышать трех месяцев с момента получения экспертной организацией от заказчика экспертизы (далее - заказчик) комплекта необходимых материалов и документов в соответствии с договором на проведение экспертизы.

Заключение экспертизы промышленной безопасности представляется ее заказчиком в федеральный орган исполнительной власти в области промышленной безопасности или его территориальный орган, которые вносят в реестр заключений экспертизы промышленной безопасности это заключение в течение пяти рабочих дней со дня его поступления [Корпоративный сайт: раздел «Услуги. Экспертиза промышленной безопасности. Режим доступа: <http://77.expert/expertiza-epb.html/> (05.02.2017)].

2. Техническое освидетельствование – комплекс операций с применением методов неразрушающего и разрушающего контроля.

Техническое диагностирование проводится в рамках экспертизы промышленной безопасности и в процессе эксплуатации оборудования и трубопроводов в пределах срока их службы (ресурса), установленного изготовителем, или нормативным правовым актом, или экспертной организацией по результатам экспертизы промышленной безопасности.

Понятие «техническое освидетельствование» объединяет комплекс мер по проведению экспертной оценки технического состояния промышленных объектов и анализ технической документации на них. Главная задача, для решения которой проводится техническое освидетельствование, –

обеспечение бесперебойной работы оборудования и исключение возможных причин возникновения аварийных ситуаций.

Ряд опасных промышленных объектов подлежит обязательному техническому освидетельствованию согласно действующему законодательству. Таким образом, техническое освидетельствование имеет не только эксплуатационное значение, но и служит инструментом государственного контроля безопасности на производстве. Результаты технического освидетельствования оформляются в виде экспертного заключения, содержащего как общую оценку работоспособности и безопасности эксплуатации объекта, так и рекомендации по улучшению его состояния [Корпоративный сайт: раздел «Услуги. Техническое диагностирование. Режим доступа: <http://77.expert/diagnoz-tdo.html/> (05.02.2017)].

3. Разработка документации на ОПО (Опасный производственный объект). Эксплуатация любого объекта, несущего потенциальную опасность как для сотрудников и гражданских лиц, так и окружающей среды, связана с разработкой обязательной документации и проведением мероприятий по обеспечению промышленной и экологической безопасности.

Основным нормативно-правовым актом регулирующим данную сферу, в котором отражены базисные требования и правила, является ФЗ №116 "О промышленной безопасности опасного производственного объекта" [Корпоративный сайт: раздел «Услуги. Разработка документации на ОПО. Режим доступа: <http://77.expert/opo-docs-pmla.html/> (05.02.2017)].

4. Лицензирование в области промышленной безопасности осуществляется Федеральной службой по экологическому, технологическому и атомному надзору, а также ее территориальными подразделениями.

Лицензирование деятельности в области промышленной безопасности осуществляется в целях предотвращения ущерба правам, законным интересам, жизни или здоровью граждан, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской

Федерации, обороне и безопасности государства, возможность нанесения которого связана с осуществлением юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями деятельности по эксплуатации опасных производственных объектов[Корпоративный сайт: раздел «Услуги. Лицензирование. Режим доступа: <http://77.expert/license-lic.html/> (05.02.2017)].

5. Регистрация, перерегистрация, ликвидация ОПО

Регистрация опасных производственных объектов в государственном реестре и ведение государственного реестра опасных производственных объектов — государственная функция, проводимая для учета опасных производственных объектов и эксплуатирующих их организаций.

В соответствии с Постановлениями Правительства Российской Федерации от 24 ноября 1998 г. N 1371 и от 30 июля 2004 г. N 401 осуществление государственной функции по регистрации опасных производственных объектов и ведению государственного реестра опасных производственных объектов возложено на Федеральную службу по экологическому, технологическому и атомному надзору (Ростехнадзор).

Перерегистрация ОПО - процесс внесения изменений в государственный реестр ОПО, с целью актуализации данных об опасном производственном объекте и организации владеющей данным ОПО.

При осуществлении процедуры перерегистрации опасных производственных объектов процедуру идентификации организация проводит по всем опасным производственным объектам, эксплуатируемым в ее составе.

В случае прекращения эксплуатации опасного производственного объекта по причине его демонтажа либо утраты с связи с чрезвычайным происшествием необходимо провести комплекс мероприятий по ликвидации опасного производственного объекта и исключению его из реестра опасных производственных объектов[Корпоративный сайт: раздел «Услуги.

Регистрация, перерегистрация, ликвидация ОПО. Режим доступа: <http://77.expert/registr-reg.html/> (05.02.2017)].

6. Неразрушающий контроль (НК) и диагностика

Неразрушающий контроль -это элемент системы экспертиз (проверка, контроль, оценка надежности параметров и свойств конструкций) промышленной безопасности, обеспечивающей техническую безопасность на производственном объекте либо отдельных узлов, без вывода из строя всего объекта.

Эффективность применения неразрушающего контроля (НК) и диагностики определяется его принципиальными преимуществами по сравнению с визуальным осмотром и разрушающими испытаниями изделий является проверка параметров и свойств объектов, которые не требуют остановки работы всей системы, демонтажа, вырезки образцов[Корпоративный сайт: раздел «Услуги. Неразрушающий контроль. Режим доступа: <http://77.expert/diagnoz-lab.html/> (05.02.2017)].

7. Техническое обследование зданий и сооружений– это целый комплекс мероприятий и исследований строительных конструкций, в результате которых определяется фактическое техническое состояние здания (сооружения) и его элементов (обследование несущих конструкций и ограждающих), физический износ строительных конструкций, фактические значений характеристик конструкций (прочность, сопротивление теплопередаче и др.) с учетом эксплуатационных изменений.

На сегодняшний день основными нормативными документами в строительной отрасли, в соответствии с которыми должно проводится обследование и испытание зданий и сооружений, являются:

ГОСТ 31937-2011 «Здания и сооружения. Правила обследования и мониторинга технического состояния»;

СП 13-102-2003 «Правила обследования несущих строительных конструкций зданий и сооружений».

Обследование конструкций зданий и сооружений осуществляется с использованием современных технологий:

- лаборатория по испытанию строительных конструкций и грунтов оснований;

- неразрушающий и разрушающий контроль;
- фотофиксация дефектов;
- наружный осмотр.

Техническое обследование зданий и сооружений проводится в 4 этапа:

- подготовительные работы;
- визуальный осмотр — оценка по внешним признакам;
- детальное обследование — оценка на основе инструментального анализа;

- камеральная обработка данных — подготовка документации, разработка рекомендаций[Корпоративный сайт: раздел «Услуги. Обследование зданий и сооружений». Режим доступа: <http://77.expert/diagnoz-lab.html/> (05.02.2017)].

Результатом исследования является акт обследования здания или техническое заключение. Первый вариант используется, когда обследуется небольшой объем или часть конструкции, второй при глубоком исследовании.

Таким образом, компания «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ77» представляет собой независимую экспертную организацию, осуществляющую весь комплекс работ в сфере промышленной безопасности на опасных производственных объектах, поднадзорных Ростехнадзору. Вся направления деятельности компании строго регламентируются законодательными и нормативно-правовыми актами РФ, а сама деятельность подлежит лицензированию в соответствии с требованиями Ростехнадзора. Специалисты компании должны пройти обязательную аттестацию и получить необходимые разрешительные документы для осуществления деятельности.

Клиентами компании ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» являются юридические лица: - предприятия, относящиеся к опасным объектам, вне зависимости от их класса (в соответствии с ФЗ «Об экспертизе промышленной безопасности»); организация, являющиеся собственниками или управляющими компаниями зданий, сооружений, домов, квартир; строительные организации и т.д.

В силу своей молодости и, как следствие, ограниченного бюджета организация использует достаточно ограниченный набор инструментов интернет-продвижения. Однако уже на данном этапе развития руководство и специалисты компании понимают важность интернет-направления и вкладывают в его развитие в соответствии с имеющимися ресурсами и возможностями.

На сегодняшний день, ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ77» использует следующие каналы продвижения в сети интернет:

1. Корпоративный сайт организации <http://77.expert/>.
2. Одностраничный сайт с ограниченным перечнем услуг <http://promtehexpert77.ru>.
3. Контекстную рекламу в «Яндекс Директ», трафик которой направлен на вышеуказанную посадочную страницу.

Далее будут рассмотрены и проанализированы данные инструменты продвижения в сети интернет.

Итак, основной сайт компании ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» носит скорее информационный характер, нежели продающий, хотя представленная информация хорошо описывает оказываемые организацией коммерческие услуги. Пример интерфейса и структура сайта (соответствует главному меню) представлена на рис. 2.

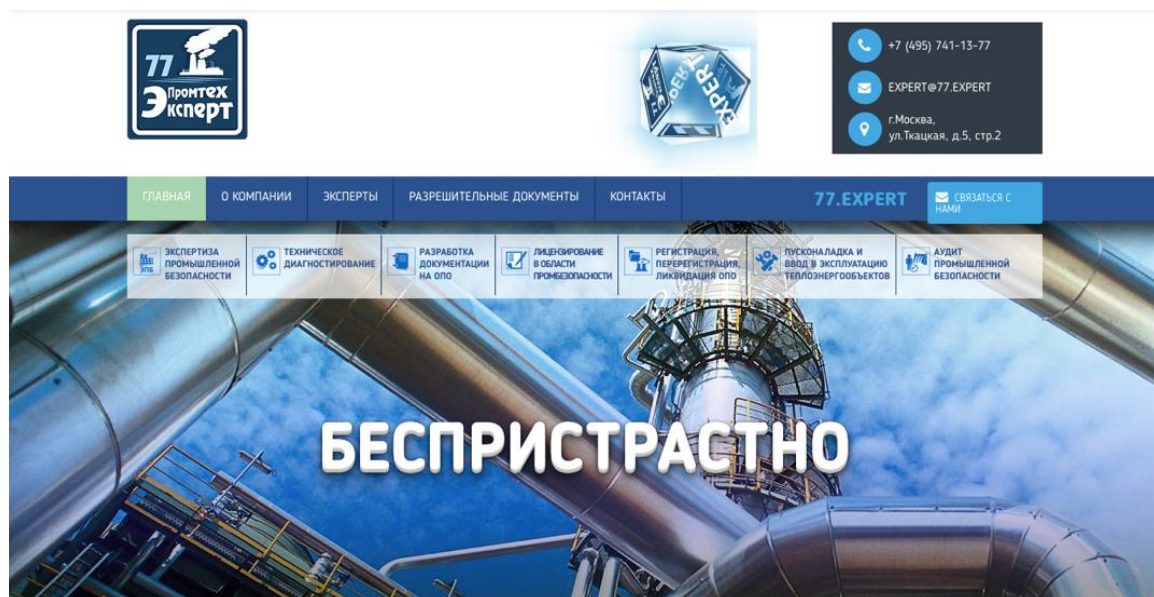


Рис. 2. Интерфейс и структура корпоративного сайта ООО
«Промтехэксперт 77», www.77.expert

Как уже упоминалось ранее, компания не работает над привлечением трафика на данный сайт (SEOоптимизация и контекстное продвижение отсутствуют), соответственно, посещаемость сайта достаточно низкая – на него попадают только те люди, которые целенаправленно ищут данную компанию или которые располагают прямой ссылкой на сайт (переходят из электронной почты, используют полученные на встрече визитки и т.д.).

Стоит отметить, что сайт достаточно большой как по объему представленной информации, так и по количеству страниц. В целом сайт выполнен достаточно профессионально и, учитывая специфику компании (промышленная сфера в b2bсекторе), выглядит стильно, за счет качественного наполнения вызывает доверие к компании, позиционирует ее как эксперта на рынке.

Навигация по сайту достаточно проста и интуитивно-понятно, однако в силу большого количества услуг и, как следствие, страниц, пользователь не всегда сможет найти то, что ему нужно, а если он уже нашел и в какой-то момент отвлекся, может легко потеряться.

При этом каждая страница сайта содержит кнопку «Заказать», которая перенаправляет пользователя на страницу, где он получает доступ к контактной информации организации, а также имеет возможность

отправить сообщение специалистам компании прямо с сайта, что также является несомненным преимуществом. Более того, контактная информация представлена в шапке сайта, что позволяет посетителям иметь к ней доступ вне зависимости от того, на какой странице они находятся.

Помимо подробного описания предоставляемых услуг, сайт также содержит информацию о сотрудниках компании, их квалификации и областях работы. Т.к. сфера работы компании строго регулируется нормативными документами, федеральными законами и другими правовыми актами, которые регламентируют порядки получения лицензий, аттестационных сертификатов и других разрешительных документов, несомненным плюсом является наличие на сайте перечня областей, в которых специалисты компании могут выполнять работы, а также копий всех разрешительных документов компании, что несомненно повышает доверие клиентов к организации. Персонализация команды (наличия фотографий всех специалистов) также является несомненным преимуществом.

Сайт оснащен системами оценки посещаемости и анализа поведения пользователей, такими как Яндекс.Метрика и Рейтинг.Mail.ru. В открытом доступе находится только последняя система, на ее данных и будет основан дальнейший экспресс-анализ сайта. Динамика и основные показатели посещаемости сайта представлены на рис. 3

Динамика визитов | 77 Expert

« < Март 2017 > » 📅 [день](#) [неделя](#) [месяц](#)

Дата	Посетители ②	Новые ②	Ср.сут. посетители ②	Ср.сут. Ядро ②	Хосты ②	Просмотры ②	Глубина ②	Ср.сут. глубина ②
Март 2017	552	537	20	1	554	1,176	2.13	1.84
Февраль 2017	526	501	21	2	575	1,031	1.96	1.82
Январь 2017	616	589	22	1	636	1,176	1.91	1.75
Декабрь 2016	504	484	19	1	511	1,120	2.22	1.91
Ноябрь 2016	541	524	21	3	558	1,162	2.15	1.74
Октябрь 2016	377	360	15	3	389	1,010	2.68	1.81
Сентябрь 2016	282	266	13	2	249	1,292	4.58	2.88
Август 2016	90	90	4	0	90	410	4.56	1.50

[CSV](#) | [XLS](#)

Рис. 3. Динамика и основные показатели посещаемости сайта 77.expert

Как видно на рис. 3 количество посетителей сайта 77.expert в месяц составляет около 500 человек, учитывая сферу деятельности и отсутствие

инструментов по привлечению трафика на сайт результат весьма неплохой. Также стоит отметить что около 98% посетителей новые, в среднем в день сайт посещают около 20 потенциальных клиентов. Что касается количества просмотренных страниц, то в среднем данный показатель составляет около 2, т.е. каждый пользователь сайта просматривает всего 2-3 страницы, отсюда вытекает и относительно хороший показатель глубины просмотра страницы – около 2 – 2,5. Принимая во внимание тот факт, что существующий трафик является целевым, данные показатели являются достаточно высокими, но за счет более подробного анализа поведения посетителей и внесения соответствующих корректировок на сайт их можно еще увеличить [Динамика визитов сайта 77.expert. Счетчик Mail.ru. Режим доступа: [https://top.mail.ru/visits?id=2805077&days=30/\(18.02.2017\)](https://top.mail.ru/visits?id=2805077&days=30/(18.02.2017))]. К сожалению, данная система оценки не позволяет более детально проанализировать поведение посетителей на сайт и выявить потенциальные причины, устранив которые можно увеличить рост данных показателей, однако специалисты компании могут это сделать на основе систем Яндекс.Метрика и Google Analytics.

Недостатки сайта, выявленные в ходе выше представленного анализа, а также рекомендации по их устранению будут рассмотрены в следующем параграфе настоящей главы.

Как уже было отмечено ранее, перечень услуг ООО «Промтехэксперт 77» довольно широк, и пользователь, оказавшийся на корпоративном сайте может с легкостью запутаться в их навигации. Именно поэтому для обработки трафика контекстной рекламы был разработан одностраничный сайт www.promtehexpert77.ru.

Помимо вышеуказанного, одностраничный сайт имеет ряд серьезных преимуществ в сравнении с классическим форматом, среди них:

- более высокая конверсия за счет компактности представленной информации;

- простота и быстрота разработки, возможность оперативного внесения изменений,;
- быстрота загрузки даже при слабом интернет соединении;
- высокая вероятность получения контактных данных, которые в дальнейшем могут быть использованы для новостных рассылок;
- высокая отдача от контекстной рекламы;
- landing page проще анализировать и оценивать;
- низкая стоимость разработки и пр.

Что касается структуры одностраничного сайта, то, основываясь на исследованиях, проведенных порталом LP Generator включает в себя 10 основных элементов. Их перечень, а также наличие в структура рассматриваемой посадочной страницы ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ77» представлены в Таблице 1. [Блог. Идеальная структура landing page. Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/08/31/idealnaya-struktura-landing-page-po-versii-lpgeneretor/#cta/> (23.02.2017)].

Таблица 1

Элементы структуры эффективного одностраничного сайта

№	Основные элементы и правила эффективной landing page	Наличие элемента на сайте www.promtehexpert77.ru
1.	Лаконичный, привлекательный, продающий заголовок	+
2.	Логотип, название компании, контакты	+
3.	Демонстрация услуги	-
4.	Преимущества бренда	+
5.	Описание оффера	+
6.	Лид - формы	+
7.	Призыв к действию	+
8.	Акция	-
9.	Социальные доказательства (преимущества, сертификаты, отзывы)	+
10.	Контактные данные	+

Таким образом, данный одностраничный сайт содержит практически основные элементы, за исключением «демонстрации услуги» и «акцией», что продиктовано особенностями сферы, в которой работает компания. Однако

при более детальном анализе и данные элементы могут быть адаптированы и добавлены. Основываясь на выше полученных данных, можно предположить, что посадочная страница имеет достаточно высокий показатель конверсий.

Стоит отметить, что по средства данного одностраничного сайта компания продвигает основную услугу – «Экспертиза промышленной безопасности» и ряд дополнительных. Это обусловлено тем, что в планах организации – разработать отдельный одностраничный сайт на каждую услугу, а после уже заниматься их продвижением в сети Интернет.

Привлечение трафика на сайт осуществляется за счет поисковой контекстной рекламы в «Яндекс Директ». Фрагмент из личного кабинета компании представлена на рис. 4.

The screenshot shows the Yandex Direct interface. At the top, there's a header with 'Яндекс Директ' and navigation links: 'Мои кампании', 'Подбор слов', 'Прогноз бюджета'. Below this, the campaign details for 'Кампания «promtehexpert77.ru_ЭПБ_РФ_ПОИСК» № 21465302' are displayed. It includes the start date '10.01.2017', clicks '2468', and strategy 'Ручное управление ставками'. A sidebar on the left offers options like 'Посмотреть параметры', 'Посмотреть статистику', and 'Заказ отчетов'. The main area shows a list of ad groups. Two groups are visible: Group 101 and Group 102. Group 101 has 2 ads and shows a table with columns for 'Условия показа', 'Продуктивность', 'Показы', 'Клики', 'CTR', 'Позиция и цена клика на первой странице', and 'Цена клика, руб.'. The table for Group 101 shows data for the keyword 'экспертиза мостового крана' with a productivity of 10.0, 77 views, 6 clicks, and a CTR of 7.79. The table also lists various bidding options and their corresponding costs.

Условия показа	Продуктивность	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска / списываемая цена, руб.	Цена клика, руб. макс.	Цена клика, руб. на поиске
Ключевые фразы							
экспертиза мостового крана	10.0	77	6	7.79	цена 1-го спецразмещения цена 2-го спецразмещения вход в спецразмещение цена 1-го места вход в гарантию	69.80 24.80 20.70 25.70 9.90	27.90 21.60 20.70 12.10 9.90

Рис. 4. Фрагмент контекстной рекламной кампании ООО «Промтехэксперт77» в личном кабинете «Яндекс Директ»

Данная рекламная кампания содержит 361 группу объявлений и порядка 600 ключевых слов. Работает кампания на территории Российской Федерации. Что касается позиционирования, то в рекламных объявлениях основной акцент сделан на сроках проведения работ и наличии в собственности компании необходимого современного оборудования [Личный кабинет ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» в Яндекс Директ. Режим

доступа: <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=showCamps/>
(24.02.2017)].

Основываясь на теоретических аспектах методики, рассмотренной в параграфе №3 1-й главы настоящей работы, далее будет произведена оценка эффективности используемых ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ77» инструментов интернет-продвижения, в частности контекстной рекламы и одностраничного сайта, описанных выше. За отчетный период принят февраль 2017, оценка производится на основе данных из «Яндекс.Метрики», личного кабинета организации в «Яндекс Директ», а также информации, полученной от сотрудников компании.

Расчеты производятся на основе следующих данных (выгрузки из личного кабинета «Яндекс Директ» представлены на рис. 5:

- количество показов 3 807;
- количество кликов 236;
- общий бюджет на рекламу 4 682,22 руб. [Личный кабинет ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» в Яндекс Метрика. Режимдоступа: <https://metrika.yandex.ru/dashboard?group=day&period=week&id=38158885/>
(23.03.2017)];

- количество посетителей, оставивших свои контактные данные – 25;
- количество заявок на услуги 18;
- количество заявок, перешедших в стадию договора 8.
- выручка от договоров, заключенных в отчет ом периоде с клиентами, пришедшими по контекстной рекламе 879 000 руб. (на основании сумм, указанных в договорах, это не означает, что указанная сумма пришла на расчетный счет организации). Указанные данные являются конфиденциальными и были предоставлены автору исключительно для написания данной исследовательской работы.

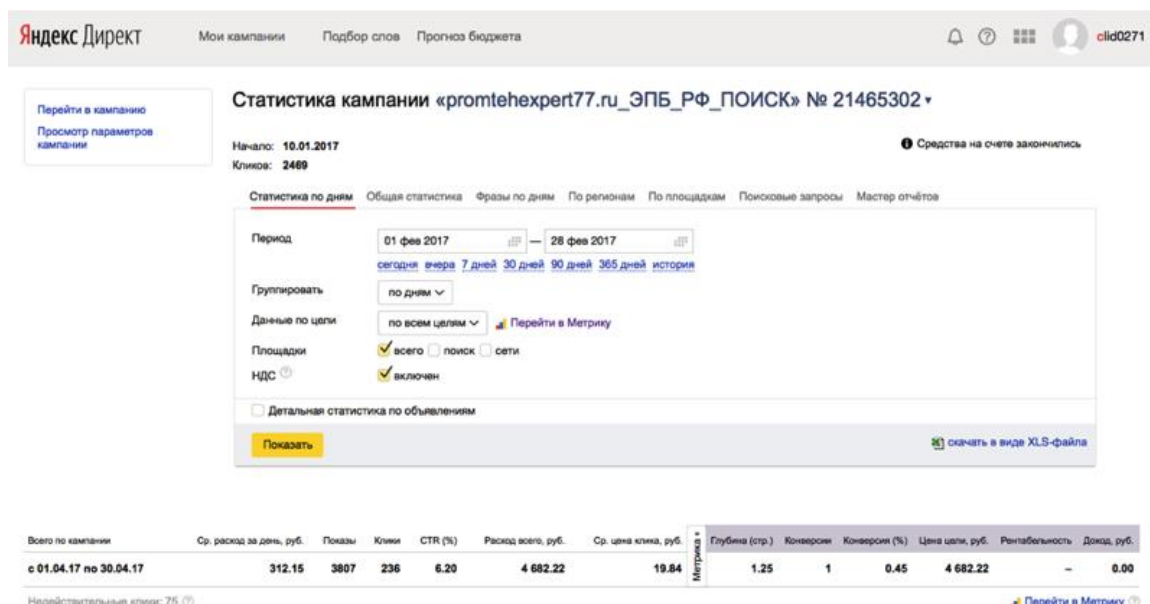


Рис. 5. Выгрузка статистических данных из рекламного кабинета

«Яндекс Директ» компании ООО «Промтехэксперт 77»

Итак, прежде всего необходимо рассмотреть показатели привлечения:

CTR кампании в отчетном периоде равен 6,20%, в целом это достаточно высокий уровень, в особенности учитывая специфику отрасли и деятельности компании.

$CPM = 4\,682,22 / 3\,807 = 1,23$ руб. Составила стоимость показа одного рекламного объявления.

$CTI = 25 / 236 = 10,6\%$, из всех посетителей 10,6% проявили интерес к компании и оказываемым ею услугам.

$CTB = 8 / 236 = 3,4\%$, из потенциальных клиентов 3,4% заключили договор на предоставление услуг.

СРС – средняя цена клиента составила 19 рублей 84 коп. Учитывая стоимость оказываемых компанией услуг и в целом средние показатели по рынку, стоимость клика данной компании невысокая.

$CPV = 4\,682,22 / 8 = 585,28$ руб. – стоимость одного привлеченного клиента для компании.

В целом показатели привлечения данной рекламной кампании достаточно высоки, что говорит об эффективности данного канала продвижения.

Показатели вовлечения в отчетном периоде. Трафик - 250 посетителей, из которых 242 новых. Источники трафика: 94,4% переходы по рекламе, 2,17% переходы из поисковых систем, 1,39% прямые заходы. Глубина просмотра сайта – 1,17, что говорит, что один пользователь выполняет 1-2 действия на сайте. Время на сайте 0:35 сек., достаточно хороший результат для данного сайта.

Отказы 29%, данный показатель говорит, что 29% посетителей сайт покидают его менее чем через 15 секунд. Данный показатель достаточно высок. Вероятнее всего это обусловлено недоработкой рекламной кампании – не все запросы «заминусованы» и на сайт попадают нецелевые посетители.

Говоря о показателях конверсии, стоит выделить макроконверсию и микроконверсию. Макроконверсия сайта www.promtehexpert77.ru составила $12 / 236 = 5,1\%$, это достаточно высокий показатель.

Стоимость одной конверсии $4\ 682,22 / 12 = 390,19$ руб.

Среди показателей микроконверсии стоит выделить стоимость лида:

$CPL = 4\ 682,22 / 25 = 187,29$ руб.

CPA в данном случае посчитать сложно, т.к. в рекламной кампании не настроены цели, данный момент необходимо отметить как рекомендацию.

И, наконец, один из важнейших показателей – показатель возврата инвестиций (ROI), который позволяет сделать вывод о том, эффективен ли данный способ продвижения в сети Интернет или нет.

$ROI = 879\ 000 \text{ руб.} / 4\ 682,22 = 187,7$, т.е. выручка компании, полученная за счет контекстной рекламы в «Яндекс Директ» в 187,7 раз превышает затраты на данный вид продвижения. Безусловно более точные выводы позволил бы сделать данный коэффициент, если бы он был рассчитан на основании показателя чистой прибыли организации, особенно это актуально в сфере услуг (т.к. себестоимость товара посчитать проще нежели себестоимость услуг).

В любом случае величина показателя ROI наряду с другими позволяет сделать вывод о том, что данный вид интернет-продвижения имеет высокую

эффективность и благоприятно воздействует на прибыль компании. На данном этапе ее развития это отличный инструмент, требующий минимальных вложений и при этом дающий хорошую отдачу. Вывод – однозначно продолжать работать с данным каналом. Несомненно, контекстная рекламная кампания требует постоянного внимания, анализа и корректировок. Также имеет смысл экспериментировать с одностраничным сайтом, постоянно работая над повышением его конверсии и, как следствие эффективности. При анализе и оценке важно принимать во внимание другие факторы, влияющие на переход конверсий (заявок) в стадию заключения договора, такие как наличие разрешительных документов у компании на область работы заказчика, поведение, компетентность и уровень ведения переговоров менеджера по продажам, квалификацию специалистов, выполняющих работы и готовящих коммерческие предложение и т.д. Данные факторы имеют место и в сфере товаров, но для сферы услуг они еще более актуальны.

Что касается в целом интернет-продвижения услуг компании ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77», то в силу непродолжительного периода работы на рынке на данном этапе развития используется всего один канал – контекстную рекламу всего для одного направления работы «Экспертиза промышленной безопасности». Как видно из приведенной выше характеристики компания предоставляет широкий спектр услуг, которые в настоящий момент не продвигаются в сети Интернет. Вместо этого специалисты используют исключительно оффлайн способы привлечения клиентов по данным областям, и, соответственно, теряют часть потенциальных заказчиков и прибыль. Для решения данной проблемы автор работы предлагает использовать текущий инструмент интернет-продвижения – контекстную рекламу для привлечения клиентов по направлению «Обследование зданий и сооружений». Для этого в следующей части работы будет разработаны и запущены одностраничный сайт и рекламная кампания в Яндекс Директ, а затем произведена оценка эффективности данного

инструмента. Актуальность данного способа продвижения обусловлена тем, что он дает практически моментальную отдачу, что очень важно для молодой компании, у которой еще не наработана как таковая база постоянных клиентов, а кадровые ресурсы позволяют выполнять БОльший объем работы.

2.2. Разработка и запуск одностраничного сайта для ООО «Промтехэксперт 77»

В качестве нового коммерческого направления ООО «Промтехэксперт 77» выбрана сфера Технического обследования зданий и сооружений (по согласованию с руководством компании). Это обусловлено наличием разрешительных документов у организации для работы в данном направлении, а также сравнительно большим объемом потенциальных заказчиков, т.к. данная сфера предусматривает не только работу с особо-опасными производственными объектами, но и с неопасными. В соответствии со статьей 55.24 Гражданского Кодекса РФ «Требования законодательства Российской Федерации к эксплуатации зданий, сооружений» в целях обеспечения безопасности зданий, сооружений в процессе их эксплуатации должны обеспечиваться техническое обслуживание зданий, сооружений, эксплуатационный контроль, текущий ремонт зданий, сооружений [ГКРФ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040/8531126e5f632762e7d7a88d4f684fc1a153faef/ (13.02.2017)]. Данные действия должны осуществляться для всех видов зданий и сооружений в зависимости от сроков их эксплуатации и других факторов, влияющих на их безопасность.

Для продвижения данного направления принято решение разработать одностраничный сайт, а также поисковую контекстную рекламную кампанию в Яндекс Директ. Прежде чем приступить к работе в данных направлениях необходимо провести экспресс-анализ конкурентов, предоставляющих на рынке аналогичные услуги. Целесообразность таких действий обусловлена тем, что посадочная страница и интернет-реклама по указанному направлению должны быть конкурентоспособны.

Таким образом, целью данного исследования является сбор данных о конкурентах для их дальнейшего использования при разработке контекстной рекламной кампании (конкурентного преимущества, побуждения к действию и пр.), а также landingpage для продвижения услуг по обследованию зданий и сооружений.

Данное исследование направлено на решение следующих задач:

1. выявление основных конкурентов;
2. сравнение содержания web сайтов основных конкурентов;
3. анализ контекстных объявлений конкурентов, определение используемых ими уникальных характеристик при продвижении;

Для соблюдения логической связи между основными этапами данной дипломной работы, в настоящем параграфе будут решены задачи 1 и 2. Сбор и анализ данных, необходимый для решения задачи 3, будут рассмотрены в параграфе 2.3 настоящей работы.

Объекты исследования: web-сайты конкурентов по контекстной рекламе и рекламные объявления.

Выборка: 10% ключевых запросов по данному направлению, отобранных с помощью генератора случайных чисел из генеральной выборки [Генератор случайных чисел RandStuff. Режим доступа: <http://randstuff.ru/number/> (02.02.2017)].

План исследования:

1. Сбор ключевых запросов по направлению «Обследование зданий и сооружений» в поисковой системе Яндекс (с помощью сервиса Оценка

бюджета рекламной кампании [Яндекс Директ. Режим доступа: <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=advancedForecast/> (02.02.2017)].

2. Формирование выборки для анализа (ключевые запросы – 10% от основного объема);

3. Определение основных конкурентов на основе анализа количества показов рекламных объявлений конкурентов в результатах поиска «Яндекс» по ключевым запросам, попавшим в выборку;

4. Сравнение содержания web-сайтов конкурентов и разработка выводов и рекомендаций;

5. Анализ содержания контекстных объявлений конкурентов, попавших в выборку, выявление основных конкурентных преимуществ, используемых конкурентами при продвижении, формирование выводов и рекомендаций для контекстной рекламной кампании на основе полученных данных.

Результаты исследования:

1. Сбор ключевых запросов по направлению «Обследование зданий и сооружений» в поисковой системе Яндекс (при помощи «Яндекс Директ»).

В ходе работы было отобрано 270 ключевых поисковых запроса, релевантных теме «Обследование зданий и сооружений». Полный перечень ключевых запросов представлен в Приложении 4. Более подробно метод сбора ключевых запросов по данному направлению будет рассмотрен в параграфе 2.3.

География поиска: Россия

2. Формирование выборки для анализа (ключевые запросы – 10% от основного объема). При помощи генератора случайных чисел RandStuff (диапазон от 1 до 270) в выборку попали следующие ключевые слова, представленные в Таблице 2, в количестве 27 штук.

Выборка для анализа: поисковые запросы в Яндекс

№	Поисковый запрос	№	Поисковый запрос	№	Поисковый запрос
1	Обследование зданий, 28 479 просмотров	10	Обследование деревянных зданий, 42 просмотра	19	Детальное обследование зданий, 108 просмотров
2	Обследование зданий и сооружений, 12 819 просмотров	11	Комплексное техническое обследование зданий, 62 просмотра	20	Обследование зданий и сооружений цены, 670 просмотров
3	Техническое обследование зданий, 5 239 просмотров	12	Обследование несущих стен здания, 1 просмотр	21	Обследование зданий и сооружений Саратов, 5 просмотров
4	Обследование конструкций, 6 467 просмотров	13	Обследование элементов зданий сооружений, 18 просмотров	22	Обследование зданий снос, 84 просмотра
5	Обследование конструкций здания, 2 838 просмотров	14	Брянск обследование здания, 4 просмотра	23	Обследование зданий сооружений Ярославль, 13 просмотров
6	Обследование оснований и фундаментов зданий, 118 просмотров	15	Проведение обследования строительных конструкций здания, 71 просмотр	24	Техническая экспертиза здания обследование зданий, 76 просмотров
7	Обследование нежилых зданий, 76 просмотров	16	Обследование кровли здания цена, 3 просмотра	25	Обследования зданий Ростов, 26 просмотров
8	Предпроектное обследование здания, 19 просмотров	17	Обследование несущих строительных конструкций зданий, 339 просмотров	26	Обследование зданий сооружений России, 58 просмотров
9	Обследование реконструкция зданий, 245 просмотров	18	Обследование зданий комплекс работ;	27	Обследование технического состояния конструкций зданий, 477 просмотров

3. Определение основных конкурентов на основе анализа количества показов рекламных объявлений конкурентов в результатах поиска «Яндекс» по ключевым запросам, попавшим в выборку. В поисковую строку Яндекс поочередно вручную вводится каждый поисковый запрос из выборки. В таблицу заносятся сайты, попавшие в спецразмещение и гарантию. Итоговая оценка соответствует количеству показов каждого сайта конкурента в ответ на поисковые запросы из выборки. Сводные данные представлены в Приложении 1. Всего было выделено 21 компания. Таким образом, видно, что основными конкурентами по данному направлению являются пять компаний, количество упоминаний которых составляет 7 и выше, а доля показов (отношение количества показов к общему количеству запросов) 25% и выше, среди них:

1. ООО «МНСЭ», www.mnse.ru;
2. АНО ЭК «СИНЕРГИЯ», www.syn-exp.ru;
3. ООО «ИнжСтройКапитал», www.injstroykapital.ru
4. ООО «ПСУ-5», www.obsledovanie-zdaniy-moskva.psu-5.ru;
5. ООО «Проф Эксперт Групп», www.profexp.ru;
6. ООО «АрхС», www.архс.рф;
7. ООО «Домострой», www.dmstr.ru;
8. ООО ИГ «Безопасность и Надёжность», www.1-expertiza.ru;

В качестве параметров, по которым происходило сравнение web-сайтов конкурентов, были выделены следующие:

- количество страниц;
- скорость загрузки сайта (сек.)
- основной цвет сайта;
- наличие всплывающей формы обратной связи;
- наличие формы обратной связи / заявки;
- наличие отзывов клиентов;
- наличие перечня клиентов;
- примеры работ/реализованных проектов;

- фото реализованных проектов;
- информация по стоимости услуг;
- наличие картинок на сайте;
- информация по оборудованию;
- подробное описание услуг;
- копии разрешительных документов (СРО).

Данные представлены в Приложении 2. Описание и основанные на выявленных данных рекомендации представлены ниже.

75% конкурентов используют для контекстной рекламной кампании мини-сайты, 25% одностраничники. Причем одностраничник использует как конкурент с высоким количеством показов, так и со сравнительно небольшим.

Вывод: для контекстной рекламной кампании можно разработать как сайт одностраничник, так и мини-сайт.

Скорость загрузки сайта играет важную роль. Как видно из собранных данных, у 37% конкурентов загрузка сайта и переход между страницами составляет всего 1 секунду. Также можно заметить взаимосвязь, что данные сайты содержат минимум картинок или не содержат их вообще. Вывод: разработанный сайт должен загружаться 1-2 секунды, чтобы он был эффективным. Для этого нужно использовать максимально-легкие картинки, но при этом в хорошем качестве.

62% конкурентов используют для оформления сайта синий цвет и его оттенки. 25% оттенки серого, 13% фиолетовый. Вывод: чтобы выделить свой сайт среди конкурентов рекомендуется использовать цвета другой цветовой гаммы.

Всплывающую форму обратной связи использует всего 12,5% конкурентов. Вывод: если технические возможности позволяют, рекомендуется сделать сворачивающуюся форму обратной фразы, которая будет закреплена сбоку страницы и перемещаться вместе с действиями пользователя.

Статичная форма заявки встречается в разных разделах сайта у 87% конкурентов. Вывод: данный прием имеет смысл использовать и в разрабатываемом сайте.

Что касается отзывов клиентов, то они присутствуют у 50% конкурентов. У 12% конкурента отзывы представлены в виде документов на фирменных бланках организаций, подкрепленных печатями. Вывод: данную опцию стоит включить, если такие отзывы действительно существуют у компании «Промтехэксперт 77».

Перечень компаний-клиентов указан на сайтах 62% конкурентов. Данную информацию можно добавить на новый сайт в случае ее наличия.

Примеры реализованных проектов есть у 87% конкурентов из 8-ми. У 28% из них данная информация не подкреплена фотографиями. Вывод: данный раздел обязателен к заполнению на новом сайте и должен включать в себя как фото, так и тексты. Если на момент запуска сайта примеров выполненных работ нет, то данный раздел будет необходимо заполнить позже.

Информация по стоимости представлена на сайтах 75% конкурентов. У 33% она представлена в виде фиксированной суммы в формате «от ____ тыс. руб.». У остальных в виде таблицы, учитывающей 2 параметра (объем здания и вид работ). Вывод: информацию о стоимости необходимо добавить на новый сайт в одном из предложенных вариантов в соответствие с политикой ценообразования и возможностями организации, еще одним решением может стать добавление онлайн калькулятора, если технические возможности сайта позволяют.

Информация по приборам, использующихся во время обследования, представлена на 25% сайтах. Вывод: добавлять данную информацию или нет зависит от формата будущего сайта, а также от наличия приборов в ЛНК.

Подробное описание услуг есть у 62% сайтов. Вывод: в случае использования формата одностраничника, рекомендуется добавить

небольшое описание услуг для большего соответствия представленной информации поисковым запросам.

Копии разрешительных документов (СРО) доступны на сайтах всех конкурентов. Вывод: данный раздел обязателен к заполнению.

В ходе исследования также были выделены следующие виды преимуществ (в порядке убывания показателя частоты встречаемости), на которых конкуренты делают акценты на сайтах:

- количество проведенных экспертиз;
- стаж экспертов /опыт в отрасли и их профессионализм;
- большой штат экспертов (сотрудников);
- наличие современного оборудования;
- работа в выходные и праздничные дни;
- бесплатная консультация эксперта;
- эксперт работает только над одним проектом;
- соответствие заключения нормам НК;
- регулярное тестирование экспертов на детекторе лжи;
- заключение действительно в суде;
- приход клиентов по рекомендациям;
- количество обследованных метров;
- высокое качество работ;
- экономия денег клиентов.

Рекомендации: при разработке собственного сайта следует (по возможности) предложить клиентам все выгоды, которые они могут получить от конкурентов.

Для разработки информационной составляющей сайта были использованы следующие ресурсы: Гражданский кодекс РФ, регламентирующий данное направление, ГОСТ 31937-2011 Здания и сооружения. Правила обследования и мониторинга технического состояния [Электронная версия ГОСТ 31937-2011. Режим доступа:

<https://www.seogan.ru/gost-31937-2011-zdaniya-i-sooruzheniya.-pravila-obsledovaniya-i-monitoringa-texnicheskogo-sostoyaniya.html/> (13.02.2017)], первичные данные, полученные от специалистов компании, отвечающих за данное направление.

Для разработки сайта было принято решение воспользоваться конструктором WYSIWYGWebBuilder, который позволяет пользователю создать качественный сайт с навигацией и меню, не требуя навыков программирования и знаний HTML. Все инструменты программы сделаны для простого и понятного использования, а сам процесс создания сайта чем-то похож на простое рисование [Официальный сайт программы WYSIWYGWebBuilder. Режим доступа: <http://wysiwygwebbuilder.ru/> (13.02.2017)]. Приобретение данной программы значительно сокращает затраты на разработку одностраничного сайта, стоимость официальной версии несопоставима со стоимостью разработки посадочной страницы. При этом разработанный сайт будет на достаточно высоком уровне, а ответственные сотрудники компании могут оперативно вносить необходимые изменения, что также значительно сокращают расходы.

Для размещения данной посадочной страницы в сети Интернет было принято решение создать поддомен к доменному имени www.promtehexper77.ru, на котором расположен одностраничный сайт по «Экспертизе промышленной безопасности». Адрес сайта по «Обследованию зданий и сооружений» расположился здесь: www.build.promtehexpert77.ru.

Структура одностраничного сайта разработана на основе исследований, проведенных порталом LP Generator [Блог. Идеальная структура landing page. Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/08/31/idealnaya-struktura-landing-page-po-versii-lpgeneretor/#cta/> (23.02.2017)], а также проведенном анализе сайтов конкурентов по контекстной рекламе, данные которого были представлены ранее. Данная посадочная страница состоит из следующих разделов:

1. Шапка сайта, которая включает в себя логотип, навигационное меню, название компании, а также контакты. Последний пункт особенно важен, т.к. клиенту, попавшему на сайт, не придется тратить дополнительные усилия, чтобы связаться со специалистами организации.

2. Заголовок сайта, раскрывающий продвигаемое направление деятельности (в данном случае услуги), а также уникальные характеристики, отличающие компанию от конкурентов. Как уже отмечалось ранее, сфера деятельности организации сильно регламентируется правовыми актами и нормами, в связи с чем довольно сложно сформировать УТП. Однако основываясь на возможностях компании, ряд преимуществ все же были выделены.

Также данный раздел содержит графическую кнопку, привлекающую к себе внимание и позволяющую заказать услугу. Шапка и заголовок сайта представлены на рис. 6.

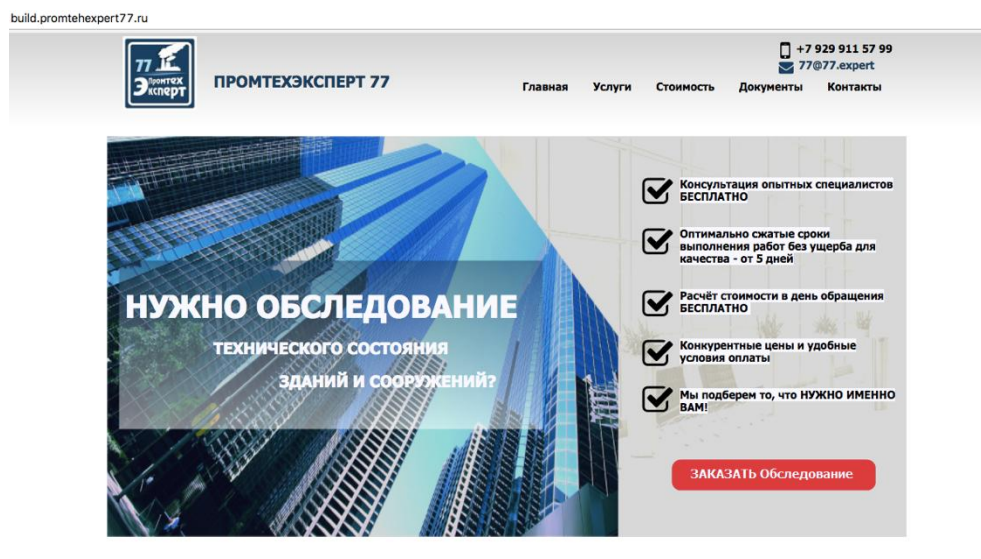


Рис. 6. Доменное имя, шапка и заголовок одностраничного сайта

www.build.promtehexpert77.ru

Следующий раздел сайта посвящен услуг организации и включает в себя перечень, в который входит: комплексное, визуальное, детальное/инструментальное обследования, мониторинг технического состояния, обследование элементов здания, тепловизионный контроль, строительная экспертиза (рис. 7). Данный раздел был сформулирован

совместно со специалистами организации ООО «Промтехэксперт 77». Наглядно продемонстрировать услугу в данной части сайта не представляется возможным, т.к. в компании нет практики организации фото- и видео съемок обследуемых объектов. В целом, безусловно имеет смысл добавить демонстрационные материалы на сайт после их появления. Данный раздел также содержит графическую кнопку, привлекающую к себе внимание и позволяющую заказать услугу.



Рис. 7. Раздел сайта www.build.promtehexpert77.ru - «Наши услуги»

3. Следующая часть сайта представляет собой раздел, разъясняющий, когда необходимо проводить обследование зданий и сооружений (рис. 8). Как показывает практика, не все представители клиента детально разбираются в данном вопросе. Зачастую поиск экспертных организаций для выполнения работ поручают экспертам и секретарям, которые имеют слабое представление о направлении в целом. Данный раздел основан на материалах ГОСТ 31937-2011.



Рис. 8. Раздел сайта www.build.promtehexpert77.ru - «Наши услуги».

4. Раздел о стоимости услуг (рис. 9). Несмотря на то, что рассматриваемые виды услуг не имеют фиксированной стоимости и зависят от многих дополнительных факторов, влияющих на процесс ценообразования, информация о стоимости услуг дает потенциальным клиентам некое представление о данной составляющей. Указание минимальной стоимости услуг позволяет исключить заказчиков в лице неюридических лиц, т.к. данная организация не работает с физическими лицами (они также потенциально являются потребителями данного вида услуг - могут заказывать обследование домов и квартир, но данные объемы слишком малы для данной компании). Раздел о стоимости услуг включает в себя информацию о минимальной стоимости услуг, а также онлайн-калькулятор, позволяющий пользователям получить ориентировочный размер оплаты за тот или иной объем.

5. Раздел о разрешительных документах (рис. 9) позволяет снизить уровень сомнений у клиента о том, что организация имеет право на работу в данном направлении, а ее специалисты обладают соответствующими знаниями и компетенциями в данной области.

Стоимость наших услуг

Стоимость проведения экспертизы зданий и сооружений, как и сроки выполнения работ, зависят от нескольких параметров, таких как строительный объем здания, количество этажей, конструктивные особенности, месторасположение и пр. Также стоимость проведения обследования зависит от цели и вида обследования, и, соответственно, объемов выполняемых работ.

Минимальная стоимость проведения следования и обменных работ здания/сооружения составляет **25 000 рублей**.

Для расчета предварительной стоимости обследования, вы можете воспользоваться **on-line калькулятором**.

Не нашли стоимость интересующих услуг?
Оставьте заявку и получите **расчет стоимости обследования** абсолютно **БЕСПЛАТНО** уже **СЕГОДНЯ**.

Площадь, м2: *
200 м2

Вид обследования:
инструментальное обследование \$

Рассчитать

** Стоимость работ зависит от площади (м2) объекта
*** Указанная стоимость является приблизительной и не учитывает персональную скидку клиента.

ПОЛУЧИТЬ РАСЧЕТ

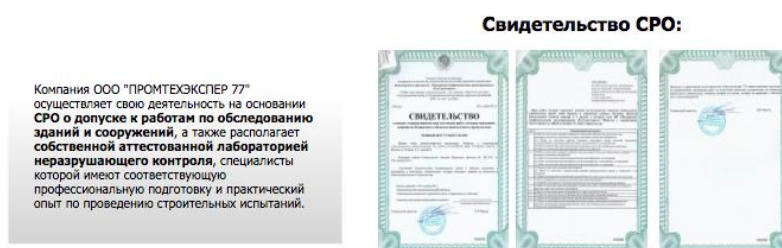


Рис. 9. Раздел сайта www.build.promtehexpert77.ru - «Стоимость услуг» и «Разрешительные документы»

Именно поэтому на сайт добавлены копии Свидетельств СРО, основного разрешительного документа в данной сфере, и свидетельство ЛНК и ТД (лаборатории неразрушающего контроля и технической диагностики), которое в свою очередь говорит о наличии у организации необходимого оборудования, соответствующего требуемым стандартам.

Данный раздел можно отнести к социальным доказательствам. Также в по факту появления в него необходимо будет добавить отзывы клиентов, имевших опыт сотрудничества с ООО «Промтехэксперт 77».

6. Схема работы с организацией (рис. 10) - необходимый элемент одностраничного сайта, разъясняющий посетителям и потенциальным клиентам последовательность действий с одной и с другой стороны, ведущих к заключению и подписанию договора.

7. Лид форма (рис. 10) данного одностраничного сайта позволяет получить быстрый бесплатный расчет и консультацию специалиста. Данное действие не обязывает посетителя в обязательном порядке воспользоваться

услугами компании, но вместе с тем позволяет собрать контактные данные потенциальных клиентов.

ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77

+7 929 911 57 99
77@77.expert

Главная Услуги Стоимость Документы Контакты

Схема работы с нами

- 1. Оформление заявки**
Звоните нам, оставляете заявку или высылаете техническое задание на e-mail.
- 2. Уточнение деталей**
Специалист связывается с Вами, уточняет детали, ТЗ и консультирует.
- 3. Подготовка расчёта**
Готовим для Вас коммерческое предложение.
- 4. Заключение договора**
Согласовываем, заключаем договор, выполняем работы, передаем Вам техническое заключение.

Хотите получить расчёт стоимости обследования и консультацию специалиста абсолютно **БЕСПЛАТНО** уже **СЕГОДНЯ?**

Имя Телефон (+79050849012) E-mail (info@glb.com)

ОТПРАВИТЬ ЗАЯВКУ

Нажимая кнопку "Отправить заявку" Вы автоматически даете свое согласие на обработку персональных данных

Рис. 10. Раздел сайта www.build.promtehexpert77.ru - «Схема работы» и «Форма заявки»

8. Контактная информация (рис.11) – более подробная в сравнении с шапкой сайта, с указанием адреса, времени работы, реквизитов и другой информации, что в свою очередь также повышает уровень доверия к компании.

ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77

+7 929 911 57 99
77@77.expert

Главная Услуги Стоимость Документы Контакты

Контакты

Телефон: +7 (495) 741 13 77
+7 (929) 911 57 99

E-mail: promtehexpert77@yandex.ru

Наш адрес: 105318, Москва, ул. Ткацкая, д.5, стр.2, м. "Семеновская"

Часы работы: пн. - пт. с 09:00 до 18:00

Основной сайт: www.77.expert

ООО "ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77"
ОГРН 1157746780476/ИНН 7719422572

© Яндекс Условия использования

Рис. 11. Раздел сайта www.build.promtehexpert77.ru - «Контакты»

С целью отслеживания статистики посещений, переходов по рекламной кампании, поведения посетителей и пр. на сайт добавлен счетчик Яндекс.Метрика.

Таким образом, на основе проведенного анализа конкурентов организации, а также обширной теоретической базы произведена разработка одностраничного сайта www.build.promtehexpert77.ru для продвижения услуг компании “Промтехэксперт 77” по направлению “Обследование зданий и сооружений”. Данный одностраничный сайт включает в себя практически все необходимые элементы эффективного landingpage, за исключением акции и отзывов. Отсутствие первого обусловлено сложностью разработки в связи с контролем отрасли и неготовностью руководства. Что касается отзывов, что на момент разработки одностраничного сайта они отсутствуют. Данный раздел обязателен к добавлению после появления релевантной информации.

Готовность посадочной страницы позволяет перейти к следующему шагу – разработке и запуску контекстной рекламы, этапы которой будут рассмотрены в следующем параграфе.

2.3. Разработка и запуск контекстной рекламы для ООО «Промтехэксперт 77»

Как было выяснено в теоретической части настоящей дипломной работы, одним из самых доступных и популярных каналов входящего трафика, который сравнительно быстро конвертируется на целевых страницах и превращается в лиды или заявки, является контекстная реклама. Именно за счет своих преимуществ данный инструмент был выбран для продвижения услуг компании ООО “Промтехэксперт 77”. В качестве

площадки для размещения выбрана поисковая выдача Яндекс, а, соответственно, системы контекстной рекламы – Яндекс. Директ.

По мере развития и роста камнии целесообразно также осуществить запуск контекстной рекламы на поиске Google, а также в контекстной – медийных сетях обоих систем (Яндекс и Google).

Но прежде, чем перейти к основным этапам разработки контекстной рекламной кампании, необходимо ознакомиться с данными проведенного анализа конкурентов по контекстной рекламы ООО «Промтехэксперт 77».

Данные, полученные в процессе проведения исследования, представлены в Приложении 3.

В ходе проведенного исследования было выяснено, что 80% конкурентов используют единый подзаголовок объявлений. Только 2 компании из 22-х используют призыв к действию в заголовках: Звони! Жми! Остальные просто повторяют поисковые запросы. Что касается основных преимуществ, на которые конкуренты делают акцент в рекламных кампаниях, условно их можно разделить на несколько групп (Таблица 3).

Таблица 3

Основные преимущества, которые конкуренты ООО «Промтехэксперт 77» используют в контекстной рекламе

	Преимущество	Количество конкурентов
1	Опыт работы	7
2	Сжатые сроки	6
3	Общее описание услуги	6
4	Скидки	4
5	Гарантии/ответственность	3
6	Выгодные цены	3
7	Полный комплекс работ	2
8	Допуски СРО	2
9	Большой штат сотрудников	2
0	Срочный выезд	1
1	Собственная лаборатория	1
2	Работа по выходным и праздникам	1

3	Помощь юриста	1
4	Лаборатория в подарок	1
5	Бесплатный выезд	1
6	Бесплатная консультация	1

Как видно из вышеприведенных данных, самыми популярным преимуществами является – опыт работы в отрасли, а также сроки выполнения работ. Многие конкуренты используют общее описание услуг без упоминания преимуществ. Также популярны упоминания скидок, выгодной цены и предоставление гарантий.

Рекомендации: оценить эффективность контекстных объявлений можно только, протестировав рекламную кампанию. Однако на основе выявленной информации можно сформировать следующие рекомендации:

- использование призыва действий в заголовках (как рекомендуют гуру в области контекстной рекламы);
- использовать отличные от конкурентов формулировки;
- несмотря на то, что в данной отрасли очень сложно отстроиться от конкурентов и найти уникальное конкурентное преимущество, попробовать все-таки сделать это в новой рекламной кампании;
- разработать несколько видов объявлений с различными преимуществами (не использовать единый текст для всех объявлений) и разделить список ключевых запросов на несколько групп (на каждую группу – свое объявление) с целью проанализировать и выявить наиболее эффективные из них.

После того как сайт разработан и опубликован можно переходить к разработке и настройке контекстной рекламной кампании в Яндекс Директ. Настройка рекламной кампании включает несколько основных этапов [Пошаговое руководство по настройке рекламной кампании в сети Яндекс Директ. Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/11/26/poshagovoe-rukovodstvo-po-nastroyke-reklamnoj-kampanii-v-seti-yandexdirekt/> (13.02.2017)]

1. Создание и настройка аккаунта.
2. Настройки рекламной кампании.
3. Подбор ключевых слов.
4. Составление объявлений.
5. Выбор стратегии рекламной кампании.
6. Запуск рекламной кампании.
7. Оценка эффективности.

Первый этап в данном случае уже пройден, т.к. компания ООО «Промтехэксперт 77» уже имеет личный кабинет в Яндекс Директ и, соответственно, настроенный аккаунт.

Этапом является настройка рекламной кампании (рис. 12). Здесь необходимо, в первую очередь, определиться с двумя основными параметрами – геотаргетингом и временем показов (рис. 12). Компания ООО «Промтехэксперт 77» оказывает свои услуги по направлению «Техническое обследование зданий и сооружений на всей территории Российской Федерации. Поэтому при настройке геотаргетинга необходимо выбрать «все регионы». Что касается времени показов, то здесь выбраны настройки показывать объявления круглосуточно, включая выходные и праздничные дни, т.к. в данной сфере оказание услуг происходит не моментально (как, например, с салонами красоты), а требует определенного времени. Более того, заказчик, как правило, хочет иметь выбор среди поставщиков, точных цен на сайтах в этой конкретной области компании не предоставляют. Поэтому заказчик запрашивает несколько коммерческих предложений по одному объекту, чтобы выбрать наиболее привлекательный. Кроме того, многие компании выбирают поставщиков через тендер, и, соответственно, также обязаны иметь несколько предложений.

The screenshot shows the 'Parameters of the campaign' page in Yandex Direct. The campaign name is 'Обследование ЗиС Россия' (No. 25474462). The campaign type is 'Text-graphic advertising'. The campaign name field is highlighted with a red box. The 'Scheduling' section shows the start date as '20 Feb 2017' and the end date as '+ Date of completion'. The 'Targeting' section shows 'Temporal targeting' selected, with 'Round-the-clock' also highlighted by a red box. The 'Geography' section shows 'Region of display' set to 'Russia', with 'Expanded geographical targeting' unchecked. The 'Management' section shows 'Strategy' and 'Manual control of bids' options.

Рис. 12. Настройки рекламной кампании ООО «Промтехэксперт 77» в Яндекс Директ по направлению «Обследование зданий и сооружений»

Также в данном разделе важно заполнить контактную информацию (визитку компании), включить запрет на показы в сетях (в данном случае речь идет только о поисковой контекстной рекламе), добавить общие минус-фразы (в данной рекламной кампании минус-фразы используются отдельно для каждого объявления).

После того, как рекламная кампания настроена, можно переходить к подбору ключевых слов (запросов). Одним из удобных способов выполнения данных действий является использование системы Яндекс Директ, которая позволяет прогнозировать бюджет (рис. 13). В данном случае финансовая составляющая не является точной, стоимость реально рекламной кампании может сильно отличаться, а вот подбор ключевых слов достаточно удобен. Он позволяет сразу уточнять и «минусовать» запросы (т.е. исключать те, по которым владелец рекламной кампании не хочет показывать свои объявления по причине нерелевантности и пр.), удалять неподходящие. Такой подход позволяет охватить максимальное количество ключевых слов, т.к. на основе

существующих запросов система дополнительно подбирает дополнительные подходящие «ключевики».

<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Фразы ▲	Прогноз запросов	Позиция ²	Прогноз средней цены клика, руб.	Списываемая сумма, руб.	Прогноз CTR, %	Прогноз показов	Прогноз кликов	Прогноз бюджета, руб.
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> 2 обследование зданий +и сооружений	изменить уточнить подобрать	89	1-е спецразмещение	1 839.40	62.90	5.66	53	3
			2-е спецразмещение	701.00	52.40	5.56	54	3
			спецразмещение	595.50	50.40	5.56	54	3
			1-ое место	87.20	0.70	20.00	10	2
			гарантированные показы	30.20	0.20	22.22	9	2
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> акт обследования зданий +и сооружений - образец	изменить уточнить подобрать	132	1-е спецразмещение	286.10	36.10	9.62	52	5
			2-е спецразмещение	236.20	35.70	7.69	52	4
			спецразмещение	144.60	29.80	8.00	50	4
			1-ое место	177.50	6.00	7.41	27	2
			гарантированные показы	55.30	1.50	7.69	26	2
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> акт обследования зданий +и сооружений - образец	изменить уточнить подобрать	81	1-е спецразмещение	395.80	27.10	6.82	44	3
			2-е спецразмещение	239.90	27.50	6.82	44	3
			спецразмещение	142.30	22.40	6.82	44	3
			1-ое место	352.10	2.00	8.00	25	2
			гарантированные показы	67.50	0.70	8.70	23	2
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> акт обследования здания -2017 - кровля -образец - пр...	изменить уточнить подобрать	917	1-е спецразмещение	299.10	45.90	5.53	398	22
			2-е спецразмещение	203.50	41.40	5.30	396	21
			спецразмещение	163.70	40.60	5.10	392	20
			1-ое место	160.00	10.40	1.48	203	3
			гарантированные показы	74.90	4.80	1.55	193	3
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> акт обследования здания 2017...	изменить уточнить подобрать	62	1-е спецразмещение	471.60	24.00	7.32	41	3
			2-е спецразмещение	329.20	23.40	5.00	40	2
			спецразмещение	209.80	19.50	5.13	39	2
			1-ое место	133.50	0.50	10.53	19	2
			гарантированные показы	27.40	0.20	11.11	18	2
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> акт обследования здания образец - состояние - техник...	изменить уточнить подобрать	269	1-е спецразмещение	318.70	33.30	8.16	49	4
			2-е спецразмещение	209.80	25.40	8.33	48	4
			спецразмещение	163.00	21.10	8.51	47	4
			1-ое место	323.70	0.90	9.52	21	2
			гарантированные показы	44.30	0.90	9.52	21	2

Рис. 13. Сбор ключевых запросов для контекстной рекламной кампании с использованием сервиса «Оценка бюджета рекламной кампании»

Используя данный метод, по направлению «Техническое обследование зданий и сооружений» было собрано 270 ключевых запросов (полный перечень представлен в Приложении 4). Собранную информацию система позволяет выгрузить в документ Microsoft Excel, в котором и будет продолжена работа.

Далее по каждому ключевому запросу составляется отдельное рекламное объявление, состоящее из Заголовка и Подзаголовка. Согласно правилам Яндекса Заголовок должен состоять не более чем из 33 символов, а подзаголовков — из 75 [Яндекс Помощь. Режим доступа: [https://yandex.ru/support/partner/our-partners.xml\(05.02.2017\)](https://yandex.ru/support/partner/our-partners.xml(05.02.2017))]. Объявления составляются по принципу точного вхождения, это значит, что ключевой запрос повторяется и в заголовке и в подзаголовке, а оставшиеся знаки дополняются сформированными УТП, релевантными запросу. Среди них уникальные характеристики, которые были сформулированы для одностраничного сайта, а также ряд дополнительных, среди которых: гарантии на услугу, наличие собственной лаборатории ЛНК, индивидуальные условия, и др. Также в полной мере использованы призывы

к действию в тех, объявления, где это позволяет количество знаков. Полный перечень рекламных объявления по направлению «Обследование зданий и сооружений» представлен в Приложении 4.

Перечисленные действия осуществляются в документе Microsoft Excel, а затем с помощью системы DirectCommander производится загрузка рекламной кампании в личный кабинет в Яндекс Директ и дальнейшая настройка. Похожие объявления объединяются в группы (рис. 14).

Кампания «Обследование ЗиС Россия» № 25474462

Начало: 20.02.2017
Кликов: 112

Стратегия: **Ручное управление ставками** (Изменить)
На поиске: Ручное управление ставками
В сетях: Показы запрещены

Мониторинг сайта: **выключен**

Добавить группу объявлений

Всего групп: 190 | Активные: 189 | На модерации: 0 | Отклонённые: 2 | Остановленные: 0 | Архив: 1

Установить цену клика для всех фраз на странице

Назначить цену: **входа в спецразмещение**, но не более **40.00** руб.

Группа 2453900443
Новая группа объявлений
На М-3798727076
Паспортизация ЗиС. Звоните!
Обследование ЗиС: паспортизация. Многолетний опыт. Оптимально сжатые сроки!
Адрес и телефон: build.promtehexpert77.ru
Регионы показа: Россия
Дополнения: Быстрые ссылки

Условия показа	Продуктивность	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска / списываемая цена, руб.	Цена клика, руб. макс.	Цена клика, руб. на поиске
Ключевые фразы					Для всех ключевых фраз:		
обследование паспортизация	4.7	0	0	0.00	цена 1-го спецразмещения	110.90	30.70
зданий сооружений					цена 2-го спецразмещения	54.20	18.20
					вход в спецразмещение	11.50	11.50
					цена 1-го места	4.00	1.60
					вход в гарантию	0.30	0.30

Рис. 14. Стратегия управления ставками и группы рекламных объявлений

В качестве стратегии в личном кабинете выбрана стратегия ручного управления ставками (рис. 14), которая позволяет установить максимальную стоимость клика, в рамках которой объявления будут показываться на максимально высокой позиции, исходя из ставок системы, основанных на соответствии рекламных объявлений поисковым запросам, CTR и другим параметрам. В данном случае максимальная стоимость клика выставлена в размере – 40 рублей, это обусловлено практикой организации по другой рекламной кампании, а также тарифам системы Яндекс Директ.

В настройках рекламной кампании добавлены быстрые ссылки, соответствующие разделам сайта – услуги, стоимость, контакт и пр. (в случае

попадания рекламы в спецразмещение в объявлении демонстрируются активные дополнительные ссылки на каждый из указанных разделов).

После того, как все настройки рекламной кампании установлены, она отправляется на модерацию, которая, как правило занимает до 24 часов. Как только компания успешно прошла модерацию, стартуют показы. Пример, как объявление из данной рекламной кампании выглядит на поиске представлено на рис. 15.

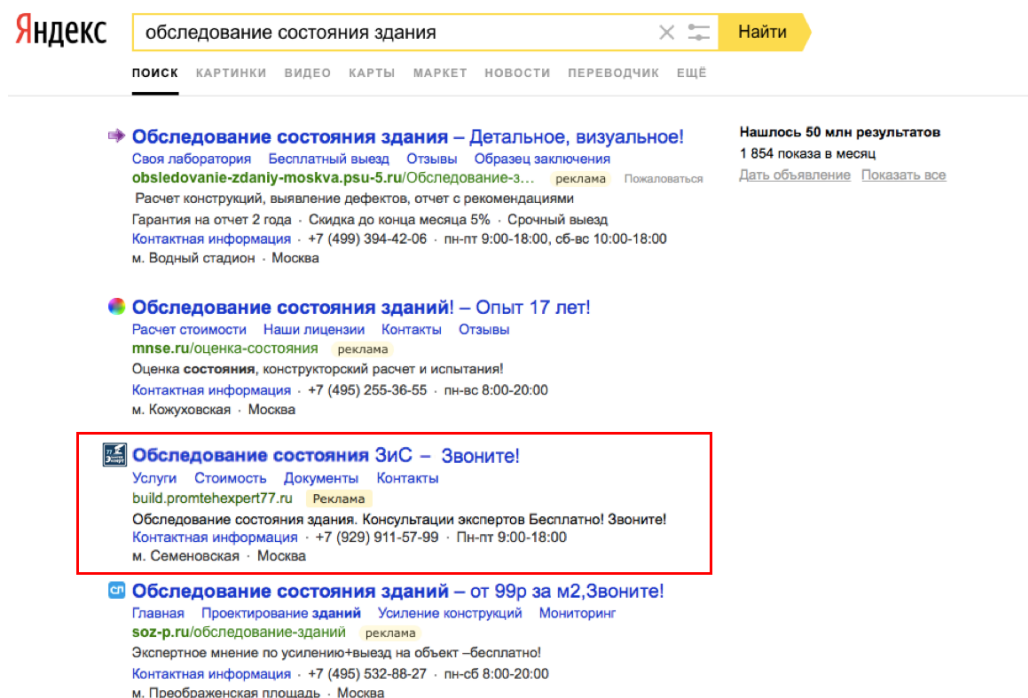


Рис. 15. Контекстное рекламное объявление ООО «Промтехэксперт 77» на поиске Яндекс

Контекстная рекламная кампания по направлению «Обследование зданий и сооружений» транслировалась на поиске Яндекс в течение 4-х недель. Срок проведения рекламной кампании – с 20 февраля по 16 марта 2017 года. Бюджет кампании – 2 000 рублей 00 коп. География кампании: Россия.

Таким образом, процесс разработки и запуска контекстной рекламной кампании включает в себя ряд основных этапов, среди них: создание и настройка аккаунта, настройки рекламной кампании, подбор ключевых слов, составление объявлений, выбор стратегии рекламной кампании, запуск рекламной кампании. Среди наиболее важных моментов настройки и

созданий рекламной кампании можно отметить – геотаргетинг и время показов, релевантность объявлений (соответствие запросу), также выбор верной стратегии управления ставками с целью оптимизации бюджета.

В результате разработки и внедрения данной рекламной кампании был сгенерирован трафик потенциально-заинтересованной в услугах компании ООО «Промтехэксперт 77» аудитории. Как было выяснено ранее, адекватность и целесообразность любого инструмента интернет-продвижения определяется по итогам его анализа и оценки эффективности. Данная процедура в отношении разработанных одностраничного сайта и контекстной рекламной кампании в Яндекс Директ будет произведена в следующем параграфе.

2.4. Оценка эффективности интернет-продвижения ООО «Промтехэксперт 77»

Основываясь на теоретических аспектах методики, рассмотренной в параграфе №3 1-й главы настоящей работы, далее будет произведена оценка эффективности используемых ООО «Промтехэксперт 77» инструментов интернет-продвижения, в частности контекстной рекламы и одностраничного сайта (www.build.promtehexpert77.ru) по направлению «Обследование зданий и сооружений», разработанные ранее. За отчетный период работы рекламной кампании – с 20 февраля по 16 марта 2017 года, оценка производится на основе данных из Яндекс Метрики (рис. 16) личного кабинета организации в Яндекс Директ (рис. 17), а также данных, предоставленных сотрудниками организации для написания данной работы (конфиденциально).

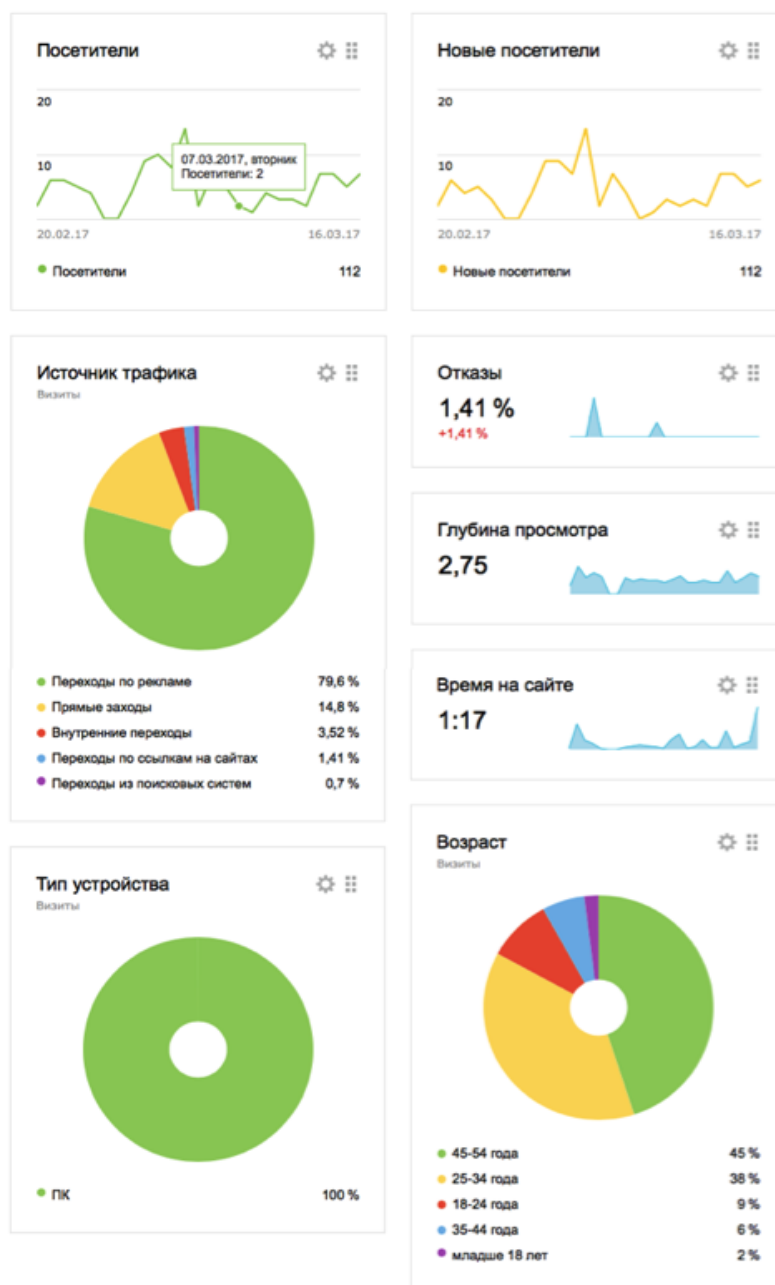


Рис. 16. Данные счетчика Яндекс Метрика для сайта ООО «Промтехэксперт 77» www.build.promtehexpert77.ru

Как видно из приведенных данных, количество посетителей сайта в отчетном периоде составило 112 человек, все из них новые. Весь трафик сайта сгенерирован за счет контекстной рекламы, т.к. количество кликов совпадает с количеством посетителей. Тип устройства, с которого заходили пользователи, персональный компьютер, т.е. потенциальная аудитория не использовала для поиска партнеров / подрядчиков мобильные устройства. Что касается возраста клиентов компании, то ожидаемо 45% аудитории составляют люди в возрасте от 45- 54 лет, а 38% в возрасте от 25 до 34 лет.

Стоит отметить, что разработанный одностраничный сайт обладает достаточно высокими коммуникативными (синтетическими) показателями. Та, глубина просмотра сайта составила 2,75, т.е. каждый посетитель в среднем просмотрел 2-3 раздела сайта. Время на сайте – 1 мин 17 секунд, что для посадочной страницы является достаточно высоким результатом.

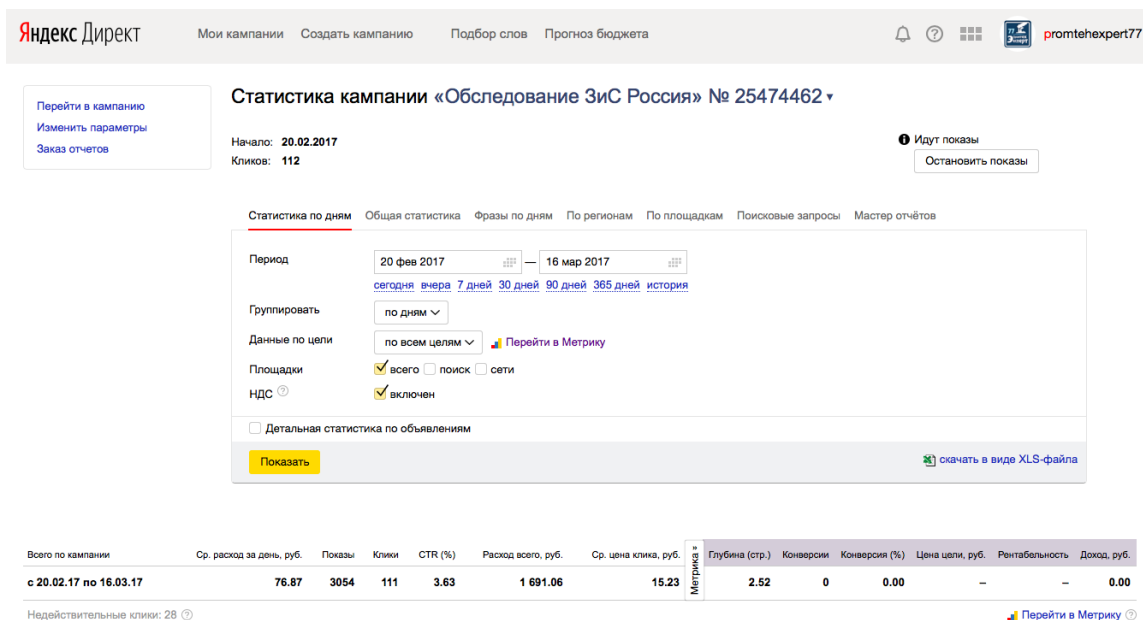


Рис. 17. Выгрузка статистических данных из рекламного кабинета

Яндекс.Директ компании ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ77»

Статистические данные из системы Яндекс Директ имеют следующие величины:

- количество показов 3 054;
- количество кликов 112;
- общий бюджет рекламной кампании 1 691.06 руб.
- количество посетителей, оставивших свои контактные данные (лид форма – запрос расчета стоимости работы) – 12;
- количество заявок на услуги 24;
- количество заявок, перешедших в стадию договора 13.
- выручка от договоров, заключенных в отчетном периоде с клиентами, пришедшими по контекстной рекламе 594 000 руб. (на основании сумм, указанных в договорах, это не означает, что указанная сумма пришла на расчетный счет организации).

В интернет-рекламе, как и в любом другом виде продвижения, рекламное сообщение должно привлечь внимание потребителя, пробудить интерес к услуге, вызвать желание воспользоваться ею и стимулировать потребителя к действию (заказу). Очевидно, что показатели эффективности интернет-рекламы должны отражать все эти этапы.

Эффективность интернет-рекламы состоит из двух взаимосвязанных компонентов: коммуникативной (синтетической) и экономической эффективности. Коммуникативная эффективность определяет скорость коммуникативного воздействия рекламного сообщения на аудиторию, включающую создание имиджа услуги или компании, узнаваемость бренда после рекламной кампании, степень восприятия рекламного сообщения и т. д. В свою очередь, экономическая эффективность рекламных мероприятий определяет их эффективность с точки зрения прибыли и других экономических показателей, характеризующих рекламные кампании, например, затраты, доходы, прибыли, темпы роста объемов продаж и другие.

Основываясь на воронке конверсий, показатели эффективности данного вида продвижения необходимо рассмотреть и проанализировать следующие показатели:

1. показатели привлечения;
2. показатели вовлечения (рассмотрены ранее);
3. показатели конверсии;
4. бизнес показатель (ROI).

Итак, говоря о показателях привлечения, рекламная кампания в совокупности с одностраничным сайтом дала следующие результаты:

CTR кампании в отчетном периоде равен 3.63%. Данный показатель говорит о том, что из 100% пользователей поисковой системы Яндекс, которым были показаны рекламные объявления из данной кампании, 3.63% кликнули на данные объявления. В целом это достаточно высокий уровень, в особенности учитывая специфику отрасли и деятельности компании. Однако контекстная рекламная кампания по направлению «Экспертиза

промышленной безопасности» демонстрирует, что данный показатель может быть значительно выше. Напомним, что для данного вида интернет-продвижения он составил 6.2 %

$CPM = 1\ 691.06 / 3\ 054 = 0.55$ руб. То есть за один показ рекламного объявления по направлению «Обследование зданий и сооружений» компания заплатила 55 копеек.

$CTI = 24 / 112 = 21.4\%$ (отношение количества пользователей, проявивших интерес к компании и ее услугам, к общему количеству посетителей сайта). Данный показатель говорит о том, что из всех посетителей 21.4% проявили интерес к компании и оказываемым ею услугам. Это очень высокий показатель, который говорит о высокой эффективности разработанного одностраничного сайта.

$CTB = 13 / 112 = 11.6\%$ (отношение количества пользователей, заключивших договор, к количеству пользователей, пришедших на сайт через контекстные рекламные объявления). Т.е. среди всех потенциальных клиентов 11.6% перешли в стадию договора, т.е. воспользовались услугами компании.

CPC – средняя стоимость привлечения одного потенциального клиента на сайт (т.е. стоимость клика) составила 15рублей 23 копейки (на основе статистических данных Яндекс Директ). Учитывая стоимость оказываемых компанией услуг и в целом средние показатели по рынку, стоимость клика данной кампании невысокая.

$CPV = 1\ 691.06 / 13 = 130,08$ руб. – стоимость одного привлеченного клиента для компании, рассчитанная как отношение общего бюджета, потраченного на рекламную кампанию, к количеству заключенных договоров. Как правило затраты на рекламу не должны превышать 30% от стоимости товара или услуги. Если учитывать, что минимальная стоимость услуг по обследованию зданий и сооружений составляет 25 000 руб., то максимально допустимая стоимость привлечения клиента составляет 7 500 руб. Стоимость привлечения в данном случае почти в 58 раз ниже данной.

В целом показатели привлечения разработанной рекламной кампании достаточно высоки, что говорит об эффективности данного канала продвижения.

Показатели вовлечения в отчетном периоде были рассмотрены ранее в процессе анализа данных Яндекс Метрика для данного сайта.

Говоря о показателях конверсии, стоит выделить макроконверсию и микроконверсию. Макроконверсия сайта www.build.promtehexpert77.ru, рассчитанная как отношения пользователей, проявивших интерес к компании и ее услугам к общему числу посетителей сайта, составила $24 / 112 = 21.4\%$, это достаточно высокий показатель.

Стоимость одной конверсии $1\ 691.06 / 24 = 70,46$ руб. Т.е. за одного посетителя сайта, проявившего интерес к услугам компании, организация заплатила 70 рублей 46 копеек.

Среди показателей микроконверсии стоит выделить стоимость лида:

$CPL = 1\ 691.06 / 12 = 140.92$ руб. За персональные данные одного клиента (e-mail, телефон), которые в дальнейшем могут быть использованы для других маркетинговых коммуникаций, организация ООО «Промтехэксперт 77» заплатила 140 рублей 92 копейки.

И, наконец, можно перейти к расчету одного из важнейших показателей эффективности интернет-рекламы – показателю возврата инвестиций (ROI), который позволяет сделать вывод о том, эффективен ли данный способ продвижения в сети Интернет или нет.

$ROI = 594\ 000 \text{ руб.} / 1\ 691.06 = 351$, т.е. выручка компании, полученная за счет контекстной рекламы в Яндекс Директ в 251 раз превышает затраты на данный вид продвижения. Безусловно более точные выводы позволил бы сделать данный коэффициент, если бы он был рассчитан на основании показателя чистой прибыли организации, особенно это актуально в сфере услуг (т.к. себестоимость товара посчитать проще нежели себестоимость услуг).

В любом случае величина показателя ROI наряду с другими позволяет сделать вывод о том, что разработанная посадочная страница и контекстная рекламная кампания имеет высокую эффективность и благоприятно влияют на прибыль компании. На данном этапе ее развития это отличный инструмент, требующий минимальных вложений и при этом дающий хорошую отдачу. Вывод – однозначно продолжать работать с данным каналом.

Несомненно, контекстная рекламная кампания требует постоянного внимания, анализа и корректировок. Также имеет смысл экспериментировать с одностраничным сайтом, постоянно работая над повышением его конверсии и, как следствие эффективности. При анализе и оценке важно принимать во внимание другие факторы, влияющие на переход конверсий (заявок) в стадию заключения договора, такие как наличие разрешительных документов у компании на область работы заказчика, поведение, компетентность и уровень ведения переговоров менеджера по продажам, квалификацию специалистов, выполняющих работы и готовящих коммерческие предложения и т.д. Данные факторы имеют место и в сфере товаров, но для сферы услуг они еще более актуальны.

Таким образом при оценке эффективности интернет-рекламы необходимо применять комплексный подход, который позволяют оценивать как коммуникативные, так и бизнес-показатели. Важно отметить, что контекстная реклама без хорошего сайта, способного конвертировать посетителей в потенциальных и реальных клиентов, не может быть полезна и эффективна для компании. Т.к. в случае, когда рекламная кампания грамотно и профессионально настроена, имеет высокий CTRи, соответственно, сравнительно невысокую стоимость кликов, а сайт не способен перевести посетителей в заказчиков, бюджет будет расходоваться впустую – посетителей, попавший на сайт, просто на просто будет сразу оттуда уходить. Только при наличии двух составляющих возможно обеспечить эффективную работу данного инструмента.

В целом, разработанные одностраничный сайт и контекстная рекламная кампании по направлению «Обследование зданий и сооружений» ООО «Промтехэксперт 77» продемонстрировали высокие показатели эффективности, благоприятно отразившись на прибыли компании. Помимо этого данные инструменты позволили расширить перечень услуг компании, продвигаемые по средствам интернет рекламы, пополнить базу потенциальных клиентов, с которыми компания обязательно должна продолжить взаимодействие, и еще раз убедиться в действенности и эффективности поисковой контекстной рекламы, способной давать практически моментальную отдачу при небольших затратах. Для данной сферы этот инструмент особенно актуален, т.к. затраты на рекламу абсолютно несопоставимы с прибылью (отдачей), полученной от нее.

Заключение

В процессе исследования роли интернет-рекламы в продвижении коммерческих услуг, проведенного в рамках написания данной выпускной квалификационной работы, автором был успешно выполнен ряд задач, обозначенных во введении. В их число вошли изучение понятия «коммерческих услуг», особенностей и средств интернет-рекламы, а также методов оценки эффективности, анализ текущих действий по продвижению коммерческих услуг ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77», выявление существующих проблем в данном направлении деятельности организации, разработка и практическое применение инструментов, направленных на решение данной проблемы, а также анализ и оценка внедренных инструментов.

В продвижении услуг коммерческих организаций в сети Интернет главенствующую роль играют следующие инструменты: веб-сайт компании, SEO-оптимизация, контекстная реклама и социальные сети. Остальные инструменты дополняют вышеперечисленные.

Безусловно невозможно сформулировать единые рекомендации, которые будут одинаково эффективны для всех компаний сферы услуг. Однако профессиональные кадры и практический опыт в совокупности позволят сформировать эффективную стратегию продвижения, создать интенсивный целевой трафик и конвертировать его в заказы и клиентов. Для того, чтобы понять, какие именно инструменты применимы в той или иной сфере, необходимо систематически и корректно оценивать эффективность каждого из каналов интернет-продвижения.

Эффективность интернет-рекламы состоит из двух взаимосвязанных компонентов: коммуникативной (синтетической) и экономической эффективности. Коммуникативная эффективность определяет скорость

коммуникативного воздействия рекламного сообщения на аудиторию, включающую создание имиджа услуги или компании, узнаваемость бренда после рекламной кампании, степень восприятия рекламного сообщения и т. д. В свою очередь, экономическая эффективность рекламных мероприятий определяет их эффективность с точки зрения прибыли и других экономических показателей, характеризующих рекламные кампании, например, затраты, доходы, прибыли, темпы роста объемов продаж и другие.

Компания «Промтехэксперт 77» представляет собой независимую экспертную организацию, осуществляющую весь комплекс работ в сфере промышленной безопасности на опасных производственных объектах, поднадзорных Ростехнадзору. Все направления деятельности компании строго регламентируются законодательными и нормативно-правовыми актами РФ, а сама деятельность подлежит лицензированию в соответствии с требованиями Ростехнадзора.

Что касается в целом интернет-продвижения услуг компании ООО «Промтехэксперт 77», то в силу непродолжительного периода работы на рынке на данном этапе развития используется всего один канал для одного направления деятельности «Экспертиза промышленной безопасности» – контекстная реклама в Яндекс Директ. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что данный вид интернет-продвижения имеет высокую эффективность и благоприятно воздействует на прибыль компании. В связи с этим было принято решение применить данный и инструмент для продвижения еще одного важного направления деятельности организации «Техническое обследование зданий и сооружений».

Для этого в рамках данной работы автор разработал одностраничный сайт и контекстную рекламную кампанию в Яндекс Директ для данного направления на основе проведенного анализа конкурентов компании ООО «Промтехэксперт 77» и теоретических данных, полученных из специализированных источников.

Одностраничный сайт включает в себя практически все необходимые

элементы эффективного landingpage, за исключением акций и отзывов.

Процесс разработки и запуска контекстной рекламной кампании включает в себя ряд основных этапов, среди них: создание и настройка аккаунта, настройки рекламной кампании, подбор ключевых слов, составление объявлений, выбор стратегии рекламной кампании, запуск рекламной кампании. Среди наиболее важных моментов настройки и создания рекламной кампании можно отметить – геотаргетинг и время показов, релевантность объявлений (соответствие запросу), а также выбор верной стратегии управления ставками с целью оптимизации бюджета.

Разработанный одностраничный сайт и контекстная рекламная кампании по направлению «Обследование зданий и сооружений» ООО «Промтехэксперт 77» продемонстрировали высокие показатели эффективности, благоприятно отразившись на прибыли компании. Помимо этого данные инструменты позволили расширить перечень услуг компании, продвигаемых по средствам интернет-рекламы, пополнить базу потенциальных клиентов, с которыми компания обязательно должна продолжить взаимодействие, и еще раз убедиться в действенности и эффективности данного способа продвижения, способного давать практически моментальную отдачу при сравнительно небольших затратах. Для данной сферы этот инструмент особенно актуален, т.к. затраты на рекламу абсолютно несопоставимы с прибылью (отдачей), полученной от нее.

Данная работа позволяет сделать вывод о том, что Интернет – эффективная площадка продвижения коммерческих услуг, а доступные инструменты позволяют решать широкий перечень задач по привлечению клиентов, наполнению базы данных потенциальных заказчиков, формированию репутации фирмы и многие другие.

Таким образом, на основе вышеизложенной информации можно сделать вывод о том, что цель данной научной работы достигнута, а основные задачи успешно решены.

Список использованной литературы

1. Алистер Кролл, Шон Пауэр. Успешный сайт. Как превратить свой сайт в машину по зарабатыванию денег. – ООО «ЭКМО», 2014.
2. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2011.
3. Бабаев А., Евдокимов Н., Иванов А. Контекстная реклама. Учебник. – СПб.: Питер, 2011.
4. Блог об интернет-маркетинге. Продвижение услуг в Интернете. Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/prodvizhenie-uslug-v-internete/>
5. Блог: CTR в Яндекс Директе: неочевидное и вероятное. Режим доступа: https://elama.ru/blog/ctr-v-yandeks-direkte-neochevidnoe-i-veroyatnoe-doklady-rifa/?verify_authentication=false/
6. Блог. Идеальная структура landing page. Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/08/31/idealnaya-struktura-landing-page-po-versii-lpgeneretor/#cta/>
7. В. Кажарнович. SEO на результат. Простые и понятные методы продвижения в Интернете. – СПб.: Питер, 2017.
8. Гарри Беквит, Четыре ключа к маркетингу услуг. – Альпина Паблишер, 2017.
9. Генератор случайных чисел Rand Stuff. Режим доступа: <http://randstuff.ru/number>
10. ГКРФ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040/8531126e5f632762e7d7a88d4f684fc1a153fae
11. Д. Бурменко. Сфера услуг: Экономика: учебное пособие / кол. авт. под ред. Т. – М.: КНОРУС, 2012.
12. Давыдов В. В. Измерение рентабельности инвестиций в интернет-маркетинге : все аспекты правильной аналитики // Маркетинг и финансы. 2013. No 2. С. 98–115.

13. Данченко Л. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации. – СПб.: Питер, 2013
14. Динамика визитов сайта 77.expert. Счетчик Mail.ru. Режим доступа: <https://top.mail.ru/visits?id=2805077&days=30/>
16. Исследование GfK. Режим доступа: <http://www.gfk.com/en-sg/insights/press-release/issledovanie-gfk-za-2015-god-internet-auditorija-v-rossii-uvlechilas-eshche-na-4-mln-chelovek/>
17. Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста. / Под ред. Алексея Басова. — СПб.: Питер, 2009.
18. Контекстная реклама. Режим доступа: <http://www.aft.ru/uslugi/reklama/kontekstnaya-reklama/> (07.02.2017)].
20. Корпоративный сайт: раздел «О компании». Режим доступа: <http://77.expert/about.html>
21. Корпоративный сайт: раздел «Разрешительные документы». Режим доступа <http://77.expert/docs.html>
22. Котлер Ф. Основы маркетинг. 5-е европейское издание. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2014.
24. Лавлок К. Маркетинг Услуг. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2013.
25. Личный кабинет ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» в Яндекс Метрика. Режим доступа: <https://metrika.yandex.ru/dashboard?group=day&period=week&id=38158885/>
26. Личный кабинет ООО «ПРОМТЕХЭКСПЕРТ 77» в Яндекс Директ. Режим доступа: <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=showCamps/>
27. Макарова В. Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 2014.
28. Маршалл, П., Тодд, Б. Контекстная реклама, которая работает. Библия Google AdWords. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014

29. Медийная реклама в интернете и ее преимущества. Режимдоступа: <https://www.veinteractive.com/ru/blog/medijnaya-reklama-v-internete/>
30. Новаторов Э. В. Маркетинг услуг: теория и технология: Монография. – СПб.: ИП Петрова Д. А., 2015
31. Официальный сайт программы WYSIWYG Web Builder. Режим доступа: <http://wysiwygwebbuilder.ru/>
33. П. Алакшин, все о рекламе и продвижении в интернете. ООО «Альпина Бизнес Букс», 2011
34. Пошаговое руководство по настройке рекламной кампании в сети Яндекс Директ. Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/11/26/poshagovoe-rukovodstvo-po-nastrojke-reklamnoj-kampanii-v-seti-yandeksdirekt/>
35. Разумовская А., Янченко В. Маркетинг услуг. – М.: Вершина, 2014
36. Роберт Роуз, Джо Пулицци, Управление контент-маркетингом. – Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2014
38. Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды. Режим доступа: <http://www.cossa.ru/289/166387/>
39. Сухов С., Овчинников Р. Корпоративный веб-сайт на 100%. – СПб.: Питер, 2013
40. Тим Эш. Повышение эффективности интернет-рекламы. Оптимизация целевых страниц для улучшения конверсии. – «Манн, Иванов и Фербер», 2011
42. Толмачев А. Реклама в Интернете. Курс молодого бойца. – БХВ-Петербург, 2017
43. Ф. Вирин, Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. – ООО «Издательство ЭКСМО», 2012
44. Хаксевер К. Управление и организация в сфере услуг: теория и практика. – СПб.: Питер, 2013

45. Что полезно знать о запросах в поисковых системах Google и Яндексe. Режим доступа: <https://www.inetgramotnost.ru/poisk/chto-polezno-znat-o-zaprosax-v-poiskovyx-sistemax-google-i-yandekse.html>

47. Что полезно знать о запросах в поисковых системах Google и Яндексe. Режим доступа: <https://www.inetgramotnost.ru/poisk/chto-polezno-znat-o-zaprosax-v-poiskovyx-sistemax-google-i-yandekse.html>

48. Что такое медийная реклама в интернете? Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/05/06/medijnaya-reklama-v-internete-vidy-preimushstva-effektivnost/>

49. Эволюция интернет-рекламы. Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/08/08/evolyuciya-internet-reklamy/>

50. Электронная книга: Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. Режим доступа: <http://wm-help.net/lib/b/book/4120999001/39>

51. Электронная версия ГОСТ 31937-2011. Режим доступа: <https://www.seogan.ru/gost-31937-2011-zdaniya-i-sooruzheniya.-pravila-obsledovaniya-i-monitoringa-texnicheskogo-sostoyaniya.html>

52. Яндекс Помощь. Режим доступа: <https://yandex.ru/support/partner/our-partners.xml>

53. Яндекс Директ. Тематический контекст. Режим доступа: <https://yandex.ru/adv/products/context/platforms>

Выявление основных конкурентов ООО «Промтехэксперт 77» по контекстной рекламе в Яндекс

[illegible]

Оценка web сайтов конкурентов по контекстной рекламе ООО «Промтехэксперт 77»

Параметры оценки	ООО «МНСЭ» mnse.ru	АНО ЭК «СИНЕРГИЯ » syn-exp.ru	ООО «ИнжСтрой Капитал» injstroykapit al.ru	ООО «ПСУ-5» obsledovan ie-zdaniy- moskva.ps u-5.ru	ООО «Проф Эксперт Групп» profexp.ru	ООО «АрхС» архс.рф	ООО «Домостр ой» dmstr.ru	ООО «Безопасност ь и Надёжность» 1-expertiza.ru
Количество страниц	мини-сайт	мини-сайт	мини-сайт	одностраничник	мини-сайт	мини-сайт	одностраничник	мини-сайт
Скорость загрузки сайта (сек.)	1 сек.	6 сек.	3 сек.	2 сек.	1 сек.	2 сек.	1 сек.	8 сек.
Основной цвет сайта	голубой	фиолетовый	синий	голубой	серый	серый	синий	голубой
Наличие всплывающей формы обратной связи	нет	нет	нет	есть	нет	нет	нет	нет
Наличие формы обратной связи / заявки	есть	есть	есть	есть	есть	нет	есть	есть
Наличие отзывов клиентов	есть	нет	нет	есть	есть	нет	есть	нет
Перечень клиентов	нет	нет	есть	есть	есть	нет	есть	есть
Примеры работ/реализованных проектов	есть	нет	есть	есть	есть	есть	есть	есть
Фото реализованных проектов	нет	нет	нет	есть	есть	есть	есть	есть
Информация по стоимости услуг	от 15 000 руб.	нет	от 25 000 руб.	нет	есть	есть	есть	от 15 000 руб.
Наличие картинок на сайте	нет	есть	есть	есть	есть	нет	есть	есть
Информация по оборудованию	есть	есть	нет	есть	нет	нет	нет	нет
Подробное описание услуг	есть	есть	есть	нет	есть	нет	нет	есть
Копии разрешительных документов (СРО)	нет	есть	есть	есть	есть	есть	есть	есть

Основные преимущества конкурентов ООО «Промтехэксперт 77»

№	Основные преимущества	mnse.ru	syn-exp.ru	injstroyka-pital.ru	obsledovaniye-zdaniy-moskva.psu-5.ru	profexp.ru	apxc.pф	dmstr.ru	1-expertiza.ru	Итого
1	Количество проведенных экспертиз		+	+	+			+	+	5
2	Стаж экспертов /опыт в отрасли и их профессионализм		+	+				+		3
5	Большой штат экспертов (сотрудников)	+	+					+		3
7	Наличие современного оборудования	+					+		+	3
8	Работа в выходные и праздничные дни	+							+	2
9	Бесплатная консультация эксперта	+							+	2
10	Эксперт работает только над одним проектом	+							+	2
11	Соответствие заключения нормам НК	+							+	2
12	Регулярное тестирование экспертов на детекторе лжи	+							+	2
13	Заключение действительно в суде	+							+	2
14	Приход клиентов по рекомендациям			+	+					2
15	Количество обследованных метров			+	+					2
16	Высокое качество работ						+			1
17	Экономия денег клиентов				+					1

Контекстная рекламная кампания ООО «Промтехэксперт 77» по направлению «Обследование зданий и сооружений»

№	Ключевые фразы	Заголовок	33	Текст заголовка	75
1	брянск обследование здания	Обследование здания от 25 000 р.!	33	Обследование здания в Брянске. Профессионализм. Доступные цены. Гарантии.	74
2	визуальное обследование зданий +и сооружений	Визуальное обследование - Быстро!	33	Визуальное обследование зданий и сооружений -качественно, доступно, в срок!	75
3	визуальное обследование зданий	Визуальное обследование - Быстро!	33	Визуальное обследование зданий и сооружений -качественно, доступно, в срок!	75
4	визуальное техническое обследование зданий сооружений	Визуальное обследование - Быстро!	33	Визуальное техническое обследование ЗиС. Качественно, доступно, в срок!	71
5	вопросы обследованию зданий +и сооружений	Есть вопросы по обследованию?	29	Задайте вопрос опытному эксперту по обследованию ЗиС БЕСПЛАТНО.	63
6	выполнение Обследование зданий -работ -сооружений	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68
7	выполнение работ обследованию зданий сооружений	Обследование ЗиС - Звоните!	27	Обследование ЗиС: доступно, качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	72
8	выполним обследование зданий -сооружений	Обследование зданий.Точно в срок!	33	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68
9	выполним обследовании зданий +и сооружений	Обследование зданий.Точно в срок!	33	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68
10	геодезическое обследование зданий +и сооружений	Геодезическое обследование зданий	33	Геодезическое обследование ЗиС. Многолетний опыт и сжатые сроки!	64

11	геодезическое обследование зданий -сооружений	Геодезическое обследование зданий	33	Геодезическое обследование ЗиС. Многолетний опыт и сжатые сроки!	64
12	детальное инструментальное обследование зданий	Инструментальное обследование ЗиС	33	Детальное обследование ЗиС. Мобильная ЛНК, оптимальные сроки, гибкие цены.	74
13	детальное обследование зданий +и сооружений	Детальное обследование - Звоните!	33	Детальное обследование ЗиС. Мобильная ЛНК, оптимальные сроки, гибкие цены.	74
14	детальное обследование зданий -конструкция - сооружение - инструментальный	Нужно детальное обследование?	29	Детальное обследование ЗиС. Мобильная ЛНК, оптимальные сроки, гибкие цены.	74
15	детальное обследование зданий сооружений -!и	Нужно детальное обследование?	29	Детальное обследование ЗиС. Мобильная ЛНК, оптимальные сроки, гибкие цены.	74
16	детальное обследование конструкций здания -состав - контрольная -работа	Обследование конструкций зданий	31	Детальное обследование конструкций ЗиС. Мобильная ЛНК, оптимальные сроки!	73
17	заказать обследование здания	Обследование здания. Заказывайте!	33	Закажите обследование здания прямо сейчас. Надежно и точно в срок! Звоните!	75
18	здания обследование перед - реконструкция	Обследование здания. Надежно!	29	Закажите обследование здания прямо сейчас. Надежно и точно в срок! Звоните!	75
19	инженерно техническое обследование зданий +и сооружений	Техническое обследование зданий	31	Инженерно-техническое обследование ЗиС. Профессионализм и гибкие цены!	70
20	инженерно техническое обследование здания	Техническое обследование зданий	31	Инженерно-техническое обследование здания. Профессионализм и гибкие цены!	73
21	инженерное обследование зданий +и сооружений - технический -систем	Инженерное обследование. Быстро!	32	Инженерное обследование зданий. Качественно, надежно, в срок! Звоните!	70
22	инженерное обследование зданий -технический	Инженерное обследование. Быстро!	32	Инженерное обследование зданий. Качественно, надежно, в срок! Звоните!	70

23	инструментальное обследование зданий +и сооружений	Инструментальное обследование ЗиС	33	Инструментальное обследование ЗиС. Мобильная ЛНК. Современное оборудование.	75
24	инструментальное обследование зданий -метод - детальный -приборно -база	Инструментальное обследование ЗиС	33	Инструментальное обследование зданий. Опытные эксперты. Собственная ЛНК!	72
25	инструментальный метод обследования здания	Инструментальное обследование	30	Инструментальный метод обследование здания. Собственная мобильная ЛНК и ТД!	75
26	комплексное обследование зданий +и сооружений	Комплексное обследование зданий	31	Комплексное обследование ЗиС. Качественно, доступно, в срок! Звоните!	69
27	комплексное обследование зданий -технический	Комплексное обследование зданий	31	Комплексное обследование зданий. Опытные эксперты и индивидуальные условия!	75
28	комплексное обследование технического состояния здания -сооружение	Комплексное обследование здания	31	Комплексное обследование технического состояния ЗиС. Закажите прямо сейчас!	76
29	комплексное обследование технического состояния здания сооружения	Комплексное обследование здания	31	Комплексное обследование ЗиС. Индивидуальные условия только сегодня!	68
30	комплексное техническое обследование зданий - состояние -опыт	Комплексное обследование зданий	31	Комплексное техническое обследование зданий. Закажите прямо сейчас!	68
31	москва техническое обследование зданий	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Техническое обследование зданий. Гибкие условия. Первый выезд БЕСПЛАТНО!	73
32	натурное обследование здания	Натурное обследование здания	28	Закажите натурное обследование здания прямо сейчас. Гарантии качества!	70
33	необходимо техническое обследование здания	Нужно обследование здания? Звони!	33	Закажите техническое обследование здания прямо сейчас. Опытные эксперты!	72
34	необходимость обследования зданий +и сооружений	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	32	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Гарантия качества, гибкие цены!	71

35	необходимость обследования зданий сооружений -!и	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	32	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Гарантия качества, гибкие цены!	71
36	обмерные работы +и обследования зданий +и сооружений	Обследование ЗиС. Все виды услуг!	33	Получите консультацию по обмерным работам прямо сейчас. Спешите!	65
37	обмерные работы +и обследования зданий 1998г	Обследование ЗиС. Все виды услуг!	33	Получите консультацию по обмерным работам прямо сейчас. Спешите!	65
38	обмерные работы обследования зданий - сооружение -сбц -99 -смета	Обследование ЗиС. Все виды услуг!	33	Получите консультацию по обмерным работам прямо сейчас. Спешите!	65
39	обмерные работы обследования зданий сооружений -!и	Обследование ЗиС. Все виды услуг!	33	Получите консультацию по обмерным работам прямо сейчас. Спешите!	65
40	обмеры обследования зданий	Обследование ЗиС. Все виды услуг!	33	Получите консультацию по обмерным работам прямо сейчас. Спешите!	65
41	обследование +и испытание зданий сооружений - конструкция -землянский - учебник -реферат	Обследование и испытание зданий	31	Обследование и испытание ЗиС. Профессионализм. Гарантии. Доступные цены.	73
42	обследование +и усиление конструкций зданий +и сооружений	Усиление конструкций ЗиС.Надежно!	33	Обследование и усиление конструкций ЗиС. Мы знаем, как сделать правильно!	73
43	обследование аварийных зданий -акт -отчет -нежилого	Обследование аварийных зданий	29	Обследование аварийных зданий - оценка состояния. Оперативно! Звоните!	70
44	обследование административного здания - акта -категорирования	Обследование всех видов зданий	30	Обследование административного здания Профессионально, в срок. Звоните!	71
45	обследование грунтов +и оснований здания -состояния -сооружений	Обследование грунтов. Надежно!	30	Обследование грунтов и оснований зданий. Гарантия качества от экспертов!	72

46	обследование деревянных зданий -конструкция	Обследование деревянных зданий	30	Обследование деревянных зданий. Профессионально, в срок. Звоните!	65
47	обследование деревянных конструкций зданий	Экспертиза конструкций из дерева	32	Обследование деревянных конструкций зданий. Качественно, доступно, в срок!	74
48	обследование железобетонного здания - конструкция	Обследование всех видов зданий	30	Обследование железобетонного здания. Профессионально, в срок. Звоните!	70
49	обследование железобетонных конструкций здания	Экспертиза всех видов конструкций	33	Обследование железобетонных конструкций здания. Профессионально, в срок!	72
50	обследование жилых ветхих сооружений +и зданий	Обследование жилых ЗиС. Надежно!	32	Обследование ветхих жилых ЗиС. Опыт экспертов. Безопасность на высоте!	70
51	обследование жилых зданий -радиационный -сооружение -технический -акт -реферат - скачать -реконструкция	Экспертиза жилых зданий. Звоните!	33	Обследование жилых зданий. Профессионализм. Доступные цены. Гарантии.	70
52	обследование жилых зданий сооружений -ветхих	Экспертиза жилых зданий. Звоните!	33	Обследование жилых ЗиС. Профессионализм. Доступные цены. Гарантии.	67
53	обследование зданий +и сооружений +в объекты	Обследование ЗиС. Звоните!	26	Обследование ЗиС. Индивидуальные условия и профессионализм!	62
54	обследование зданий +и сооружений -конструкция - строительный -технический - цена -с -визуальный - выполнять -геодезический - екатеринбург -инженерный - инструментальный - испытание -квартира	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Закажите обследование здания прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	74
55	обследование зданий +и сооружений с	Нужно обследование зданий?	27	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71

56	обследование зданий +и сооружений екатеринбург	Нужно обследование зданий?	27	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
57	обследование зданий +и сооружений казань	Нужно обследование зданий?	27	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
58	обследование зданий +и сооружений квартир	Обследование квартир. Недорого!	31	Закажите обследование квартиры прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	75
59	обследование зданий +и сооружений краснодар	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
60	обследование зданий +и сооружений красноярск	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
61	обследование зданий +и сооружений крым	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
62	обследование зданий +и сооружений москва - технический	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Обследование ЗиС. Качественно, доступно, в срок! Первый выезд БЕСПЛАТНО!	72
63	обследование зданий +и сооружений нижний новгород	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
64	обследование зданий +и сооружений новосибирск	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
65	обследование зданий +и сооружений пермь	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
66	обследование зданий +и сооружений санкт петербург	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
67	обследование зданий +и сооружений саратов	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71
68	обследование зданий +и сооружений спб -инженер	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Закажите обследование ЗиС прямо сейчас. Качественно, доступно, в срок!	71

69	обследование зданий +и сооружений цены -тепловизионный -справочник -базовых -сборник -тепловизоры -технический	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
70	обследование зданий - аварийный - административный - аттестация -брянск - визуальный -выполнение	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
71	обследование зданий екатеринбург	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
72	обследование зданий иваново	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
73	обследование зданий ижевск	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
74	обследование зданий казань	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
75	обследование зданий комплекс работ	Обследование ЗиС. Все виды работ!	33	Полный комплекс работ по обследованию зданий. Качественно и в срок!	67
76	обследование зданий краснодаре	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
77	обследование зданий красноярск -конструкция	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
78	обследование зданий москва -конструкция -технический - цена -сооружений -вакансии -фундаментов	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование зданий в Москве: качественно, в срок! Первый выезд БЕСПЛАТНО.	74
79	обследование зданий москва цена	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73

80	обследование зданий нижний новгород	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
81	обследование зданий новосибирск	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий в Новосибирске: Профессионалы. Консультации БЕСПЛАТНО!	74
82	обследование зданий ооо	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
83	обследование зданий пермь	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий в Перми: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	73
84	обследование зданий петербург -санкт - сооружение	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
85	обследование зданий после пожара	Обследование зданий после пожара	32	Был пожар и нужно обследование здания? Вам сюда. Консультации БЕСПЛАТНО.	72
86	обследование зданий ремонте -акт -капитальный	Обследование зданий при ремонте	31	Ремонт и нужно обследование здания? Вам сюда. Консультации БЕСПЛАТНО.	69
87	обследование зданий ростов +на дону	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
88	обследование зданий рф - сооружение	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
89	обследование зданий санкт петербург -ооо -базис	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
90	обследование зданий саратов	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий в Саратове: качественно, в срок.Консультации БЕСПЛАТНО!	75
91	обследование зданий снос	Обследование зданий при сносе	29	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
92	обследование зданий сооружений +в челябинске	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование ЗиС в Челябинске. Качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	75
93	обследование зданий сооружений петербург	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование ЗиС в Петербурге. Качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	75

94	обследование зданий сооружений проводится -!и	Обследование зданий и сооружений	32	Обследование ЗиС: качественно, в срок. Консультации БЕСПЛАТНО. Звоните!	71
95	обследование зданий сооружений россии	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
96	обследование зданий сооружений рф	Нужно обследование ЗиС? Звоните!	33	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
97	обследование зданий сооружений стоимость - конструкция - работа -!и	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
98	обследование зданий сооружений строительный контроль	Строительный контроль. Звоните!	31	Строительный контроль: обследование ЗиС. Качественно, в срок, с гарантиями!	75
99	обследование зданий сооружений участков местности -помещение -орм - транспортных -средств -акт - протокол	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование участков местности. Качественно, в срок, с гарантиями!	67
100	обследование зданий сооружений ярославль	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий в Ярославле. Консультации экспертов БЕСПЛАТНО.	66
101	обследование зданий спб - технический -инженер - сооружений	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий в Санкт-Петербурге. Консультации экспертов БЕСПЛАТНО.	73
102	обследование зданий требования организациям	Обследование ЗиС. Консультации!	32	Задайте вопрос опытному эксперту по обследованию ЗиС БЕСПЛАТНО.	63
103	обследование зданий тула	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий в Туле: качественно, в срок. Консультации БЕСПЛАТНО.	72
104	обследование зданий цена - кровля -москва - тепловизионный - технический -фундамент - сооружений -справочник -	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73

105	обследование зданий экспертиза -сооружение - строительный -технический - промышленный	Нужна экспертиза зданий? Звоните!	33	Строительная экспертиза: обследование ЗиС.Консультации экспертов Бесплатно!	75
106	обследование зданий ярославль -сооружение	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий в Ярославле. Консультации экспертов БЕСПЛАТНО.	66
107	обследование здания +для капитального ремонта	Обследование зданий. Звоните!	30	Капитальный ремонт и нужно обследование здания? Вам сюда!	57
108	обследование здания неразрушающим	Обследование здания методами НК	31	Обследование здания. Мобильная ЛНК. Современное оборудование. Звоните!	70
109	обследование здания определения износа	Обследование здания. Надежно!	29	Обследование здания: определение износа. Опытные эксперты. Собственная ЛНК.	75
110	обследование здания перед реконструкцией	Обследование ЗиС. Все виды работ!	33	Реконструкция и нужно обследование здания? Вам сюда! Выполним в срок!	69
111	обследование здания тверь	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий в Твери: качественно, в срок. Консультации БЕСПЛАТНО!	73
112	обследование испытание зданий -сооружений - конструкций -экспертиза - учебник -землянский - реферат	Испытания здания. Качественно!	30	Обследование зданий: проведение испытаний. Опытные эксперты, работы в срок!	75
113	обследование испытание конструкций зданий +и сооружений	Испытание конструкций зданий	28	Обследование ЗиС: проведение испытаний конструкций. Гарантии. Звоните!	70
114	обследование испытание конструкций зданий сооружений -!и	Испытание конструкций ЗиС. Звоните!	35	Обследование ЗиС: проведение испытаний конструкций. Гарантии. Звоните!	70
115	обследование кирпичного здания	Обследование кирпичного здания	30	Обследование всех видов зданий. Качественно, в срок. Звоните!	61

116	обследование конструктивных элементов здания	Обследование элементов здания	29	Обследование конструктивных элементов здания. Качественно, в срок. Звоните!	75
117	обследование конструкций зданий +и сооружений - строительный -технический - усиление -испытание - правила -несущих -методы - гост -стоимость	Обследование конструкций ЗиС	28	Обследование конструкций ЗиС. Качественно, надежно, в срок! Звоните!	68
118	обследование конструкций зданий +и сооружений стоимость -строительный	Обследование конструкций зданий	31	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
119	обследование конструкций зданий красноярск	Обследование конструкций зданий	31	Обследование конструкций зданий в Красноярске.Качественно, надежно, в срок!	75
120	обследование конструкций зданий москва	Обследование конструкций зданий	31	Обследование конструкций зданий в Москве. Первый выезд БЕСПЛАТНО!	65
121	обследование конструкций зданий сооружений стоимость -!и	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
122	обследование конструкций здания -несущая - строительный -технический - деревянный -детальный - железобетонный -красноярск -москва -сооружений - усиление -испытание - приборы -ограждающих - методы -состояния -акт - стоимость -аппаратура - применяемая -тульской - инженерное -объектов - культурного -наследия	Обследование конструкций зданий	31	Обследование конструкций зданий. Опытные эксперты. Собственная ЛНК!	67

123	обследование кровли здания -технический -цена -акт - образец -после -аварии - повреждение	Обследование кровли здания	26	Обследование кровли здания. Опытные эксперты. Собственная ЛНК. Звоните!	71
124	обследование кровли здания цена	Обследование кровли. Выгодно!	29	Обследование кровли. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	75
125	обследование крыши здания - акт	Обследование крыши здания	25	Обследование крыши здания. Качественно, надежно, в срок! Звоните!	65
126	обследование металлоконструкций зданий +и сооружений	Экспертиза металлоконструкций ЗиС	33	Обследование металлоконструкций зданий. Качественно, надежно, в срок!	70
127	обследование мониторинг зданий +и сооружений - правило	Нужен мониторинг здания? Звоните!	33	Обследование ЗиС: мониторинг состояния. Качество и оптимально сжатые сроки!	75
128	обследование мониторинг зданий сооружений -!и - правила	"Нужен мониторинг ЗиС?" Звоните!	32	Обследование ЗиС: мониторинг состояния. Качество и оптимально сжатые сроки!	75
129	обследование недостроенного здания	Обследование недостроенных ЗиС	30	Обследование недостроенных зданий. Опытные эксперты. Мобильная ЛНК!	67
130	обследование нежилых зданий -технический -акт - отчет -аварийного	Обследование нежилых зданий	27	Обследование нежилых зданий. Качественно, в оптимально сжатые сроки!	68
131	обследование несущих конструкций зданий -правила -сооружений -строительных - технического -состояния - гост	Обследование несущих конструкций	32	Обследование несущих конструкций зданий. Опытные эксперты. Собственная ЛНК!	75
132	обследование несущих стен здания	Обследование несущих стен здания	32	Обследование несущих конструкций. Опытные эксперты. Собственная ЛНК!	68
133	обследование несущих строительных конструкций зданий +и сооружений	Обследование несущих конструкций	32	Обследование несущих конструкций ЗиС. Опытные эксперты. Собственная ЛНК!	72

134	обследование несущих строительных конструкций зданий сооружений -!и	Обследование несущих конструкций	32	Обследование несущих конструкций ЗиС. Опытные эксперты. Собственная ЛНК!	72
135	обследование общественных зданий -анкета -доступности -инвалидов -положение -техническому -радиационно -гигиеническое -жилых	Обследование всех видов зданий	30	Обследование несущих конструкций ЗиС. Опытные эксперты. Собственная ЛНК!	72
136	обследование объекта здания -правила -технического -сооружений -инженерное -конструкций -культурного -наследия	Обследование объекта здания	27	Обследование объекта здания. Качественно, в оптимально сжатые сроки!	68
137	обследование ограждающих конструкций здания сооружения	Обследование конструкций ЗиС	28	Обследование ограждающих конструкций ЗиС. Гарантия качества, гибкие цены!	73
138	обследование оснований +и фундаментов зданий -сооружение	Экспертиза основания и фундамента	33	Обследование оснований и фундаментов. Опытные эксперты, гарантии качества!	74
139	обследование оснований фундаментов зданий +и сооружений	Экспертиза основания и фундамента	33	Обследование оснований и фундаментов. Опытные эксперты, гарантия качества!	74
140	обследование оснований фундаментов зданий сооружений -!и	Экспертиза основания и фундамента	33	Обследование оснований и фундаментов. Опытные эксперты, гарантии качества!	74
141	обследование оценка технического состояния зданий	Оценка технического состояния	29	Оценка технического состояния зданий. Опытные эксперты, гибкие цены!	68
142	обследование паспортизация зданий сооружений	Паспортизация ЗиС. Звоните!	27	Обследование ЗиС: паспортизация. Многолетний опыт. Оптимально сжатые сроки!	75
143	обследование перекрытия здания	Обследование перекрытий здания	30	Обследование перекрытий здания. Опытные эксперты. Собственная ЛНК!	66

144	обследование помещений зданий +и сооружений	Обследование помещений ЗиС	26	Обследование помещений ЗиС. Профессионализм. Доступные цены. Гарантии.	70
145	обследование проект зданий -пример	Обследование проекта здания	27	Обследование проекта здания. Многолетний опыт. Оптимально сжатые сроки!	71
146	обследование производственных зданий +и сооружений	Обследование производственных ЗиС	33	Обследование производственных ЗиС. Многолетний опыт. Оптимальные сроки!	71
147	обследование производственных зданий - сооружение -пример -отчета -экспертному	Обследование производственных ЗиС	33	Обследование производственных зданий. Многолетний опыт. Оптимальные сроки!	74
148	обследование производственных зданий сооружений -!и	Обследование производственных ЗиС	33	Обследование производственных ЗиС. Многолетний опыт. Оптимальные сроки!	71
149	обследование промышленных зданий +и сооружений -безопасности	Обследование производственных ЗиС	33	Обследование производственных ЗиС. Многолетний опыт. Оптимальные сроки!	71
150	обследование промышленных зданий - сооружение -технический - экспертиза -пример	Обследование промышленных зданий	32	Обследование промышленных зданий. Многолетний опыт.Оптимально сжатые сроки!	75
151	обследование промышленных зданий сооружений -!и - безопасности	Обследование промышленных зданий	32	Обследование промышленных ЗиС. Многолетний опыт. Оптимально сжатые сроки!	73
152	обследование реконструкции здания -перед -сооружение - жилой -энергетическое - после -следующее -опо	Реконструкция ЗиС - Обследование!	33	Обследование здания при реконструкции. Опытные эксперты, гарантия качества!	75
153	обследование реконструкция жилых зданий	Обследование жилых зданий	25	Обследование жилых зданий при реконструкции. Качество, сроки, гибкие цены!	75

154	обследование реконструкция зданий сооружений	Реконструкция ЗиС - Обследование!	33	Реконструкция ЗиС - Обследование. Опытные эксперты, гибкие цены, СРО!	69
155	обследование состояния грунтов основания зданий +и сооружений	Обследование грунтов и оснований	32	Обследование состояния грунтов и оснований ЗиС. Опытные эксперты. Гарантии!	75
156	обследование состояния грунтов основания зданий сооружений -!и	Обследование грунтов и оснований	32	Обследование состояния грунтов и оснований ЗиС. Опытные эксперты. Гарантии!	75
157	обследование состояния зданий +и сооружений - технический -методы	Обследование зданий и сооружений	32	Обследование технического состояния зданий и сооружений. Звоните!	65
158	обследование состояния зданий сооружений -!и - технический -методы	Обследование состояния ЗиС	26	Обследование технического состояния зданий и сооружений. Звоните!	65
159	обследование состояния здания -сооружение - технический -образец -акта -методы -конструкций	Обследование состояния ЗиС	26	Обследование состояния здания. Консультации экспертов Бесплатно! Звоните!	73
160	обследование стен зданий - несущая	Нужно обследование стен здания?	31	Вам сюда. Качественно, в оптимально сжатые сроки. Консультации Бесплатно!	73
161	обследование строительных конструкций зданий +и сооружений -сп -стоимость - технический -несущая - правила -включает -этапы -снп -нормативы -гост	Обследование конструкций ЗиС	28	Обследование строительных конструкций. Качественно, в оптимальные сроки!	73
162	обследование строительных конструкций зданий +и сооружений стоимость	Обследование конструкций ЗиС	28	Обследование строительных конструкций. Качественно, в оптимальные сроки!	73
163	обследование строительных конструкций зданий - заказывать -проведение	Обследование конструкций ЗиС	28	Обследование строительных конструкций. Качественно, в оптимальные сроки!	73

164	обследование строительных конструкций зданий цена	Обследование конструкций.Выгодно!	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
165	обследование существующего здания	Обследование зданий. Звоните!	30	Обследование зданий: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	65
166	обследование технического состояния зданий +и сооружений -цена -гост - конструкция	Обследование состояния ЗиС	26	Обследование технического состояния зданий и сооружений. Звоните!	65
167	обследование технического состояния зданий +и сооружений цена	Обследование состояния ЗиС	26	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
168	обследование технического состояния зданий - комплексный -конструкция - оценка -стоимость -цена - сооружение -образец -акт - заключение -отчет -методы - общие -правила -проведения -кошту -226 -окпд -после - пожара	Обследование состояния ЗиС	26	Комплексное обследование технического состояния ЗиС. Гибкие цены! Звоните!	74
169	обследование технического состояния зданий сооружений цена -!и	Обследование состояния зданий	29	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
170	обследование технического состояния здания цена - сооружение	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
171	обследование технического состояния конструкций зданий +и сооружений	Обследование конструкций зданий	31	Обследование состояния конструкций зданий. Надежно и точно в срок! Звоните!	75
172	обследование технического состояния конструкций	Обследование конструкций зданий	31	Обследование состояния конструкций зданий. Надежно и точно в срок! Звоните!	75

173	обследование технического состояния конструкций зданий сооружений -!и	Обследование конструкций ЗиС	28	Обследование состояния конструкций зданий. Надежно и точно в срок! Звоните!	75
174	обследование технического состояния несущих конструкций здания	Обследование несущих конструкций	32	Обследование состояния несущих конструкций. Надежно и точно в срок!	67
175	обследование технического состояния строительных конструкций здания	Обследование конструкций зданий	31	Обследование состояния строительных конструкций. Надежно и точно в срок!	72
176	обследование усиление зданий	Обследование зданий. Звоните!	29	Обследование зданий - разработка мер по усилению. Индивидуальные условия!	73
177	обследование фасадов зданий -акт -образец -детский -сад	Обследование фасадов зданий	27	Обследование фасадов зданий. Профессионализм. Доступные цены. Гарантии.	71
178	обследование фундамента здания -сооружение -цена -методы -георадаром	Обследование фундамента здания	30	Обследование фундамента здания. Профессионализм. Доступные цены. Гарантии.	74
179	обследование фундамента здания цена	Обследование фундамента. Выгодно!	33	Обследование фундамента. Воспользуйтесь калькулятором цен! Или позвоните!	73
180	обследование фундаментов зданий +в москве	Обследование фундамента. Выгодно!	33	Обследование фундамента. Воспользуйтесь калькулятором цен! Или позвоните!	73
181	обследование фундаментов зданий +и сооружений -основание	Обследование фундаментов ЗиС	28	Обследование фундамента. Воспользуйтесь калькулятором цен! Или позвоните!	73
182	обследование фундаментов зданий сооружений -основание -!и	Обследование фундаментов ЗиС	28	Обследование фундамента. Воспользуйтесь калькулятором цен! Или позвоните!	73
183	обследование экспертиза зданий сооружений	Экспертиза зданий и сооружений	30	Обследование ЗиС: экспертиза. Консультация опытных экспертов БЕСПЛАТНО!	71
184	обследование элементов зданий +и сооружений	Обследование элементов ЗиС	26	Обследование элементов зданий. Качественно, в срок. Консультация БЕСПЛАТНО!	75

185	обследование элементов зданий сооружений -!и	Обследование элементов ЗиС	26	Обследование элементов зданий. Качественно, в срок. Консультация БЕСПЛАТНО!	75
186	обследования зданий ростов	Обследование зданий. Звоните!	29	Обследование зданий в Ростове: качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	75
187	общее обследование зданий - технический	Общее обследование ЗиС. Быстро!	31	Общее обследование зданий. Качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	71
188	общее техническое обследование зданий - правила -проведения - состояния	Общее техническое обследование	30	Общее техническое обследование зданий. Качественно, в срок! Звоните!	68
189	обязательное обследование зданий	Обязательное обследование зданий	32	Обязательное обследование ЗиС. Качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	75
190	ооо обследование зданий +и сооружений экспертиза	Экспертиза зданий и сооружений	30	Обследование ЗиС: экспертиза. Консультация опытных экспертов БЕСПЛАТНО!	71
191	определение стоимости обследования зданий +и сооружений	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
192	организации +по обследованию зданий +и сооружений	Организация обследования ЗиС	28	Организация обследования ЗиС. Качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	74
193	организации обследованию зданий -требование	Организация обследования ЗиС	28	Организация обследования ЗиС. Качественно, в срок! Консультации БЕСПЛАТНО.	74
194	организация проведение работ обследованию зданий	Обследование ЗиС. Все виды работ!	33	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68
195	организация работ обследованию зданий +и сооружений	Организация обследования ЗиС	28	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68
196	основание обследования зданий +и сооружений - фундамент	Обследование ЗиС. Все виды работ!	33	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68

197	плановое обследование зданий	Плановое обследование зданий	28	Плановое обследование зданий: выгодные цены, качественно и в срок!	67
198	поверочные расчеты +при обследовании зданий +и сооружений	Поверочные расчеты при экспертизе	33	Экспертиза зданий: поверочные расчеты. Выгодные цены, качественно и в срок!	76
199	предварительное обследование зданий +и сооружений	Предварительное обследование ЗиС	32	Предварительное обследование зданий. Качественно, в срок! Звоните!	66
200	предварительное обследование здания	Предварительное обследование	28	Предварительное обследование зданий. Качественно, в срок! Звоните!	66
201	предпроектное обследование здания	Предпроектное обследование здания	33	Предпроектное обследование. Качественно, в срок! Консультация Бесплатно!	72
202	проведение обследования зданий +и сооружений - порядок -правила -методика	Обследование ЗиС. Все виды работ!	33	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68
203	проведение обследования зданий -тепловизионный - технический -порядок - сооружений -строительных - конструкций -приказ - основания -энергетического - правила -сроки -методика - организация -работ	Обследование ЗиС. Все виды работ!	33	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68
204	проведение обследования строительных конструкций здания	Обследования конструкций здания	31	Обследование строительных конструкций зданий: выгодно, качественно, в срок!	75
205	проведение тепловизионного обследования зданий	Тепловизионное обследование	27	Тепловизионное обследование зданий. Быстро, выгодно, качественно!	65
206	проведение технического обследования зданий - сооружение -общие -правила -состояния -порядок -задание	Техническое обследование зданий	31	Техническое обследование зданий. Профессионализм. Доступные цены. Гарантии.	75

207	проведение технического обследования зданий сооружений	Техническое обследование ЗиС	28	Техническое обследование ЗиС. Профессионализм. Доступные цены. Гарантии.	72
208	провести обследование здания -сооружений	Обследование здания. Звоните!	29	Обследование здания. Профессионализм. Доступные цены. Сроки. Гарантии!	70
209	проводит техническое обследование зданий сооружений	Обследование ЗиС. Звоните!	26	Техническое обследование ЗиС. Профессионализм. Доступные цены. Сроки!	69
210	проектирование +и обследование зданий +и сооружений	Проектирование и обследование ЗиС	33	Проектирование и обследование ЗиС. Опыт. Доступные цены. Гарантии. Сроки!	73
211	проектирование обследование зданий - задание -вентиляции	Проектирование и обследование ЗиС	33	Проектирование и обследование ЗиС. Опыт. Доступные цены. Гарантии. Сроки!	73
212	промышленная экспертиза обследование зданий	Промышленная экспертиза. Звоните!	33	Обследование зданий: промышленная экспертиза. Надежно, качественно, в срок!	75
213	профессиональное обследование зданий	Экспертиза - обследование зданий	32	Профессиональное обследование зданий. Надежно, качественно, в срок!	67
214	работа +по обследованию зданий +и сооружений - стоимость -курсовая -ищу	Обследование ЗиС. Все виды работ!	33	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68
215	работа обследованию зданий -обмерный -комплекс - стоимость -программа - сооружений -пример - инженер -преддоговорные - норма -часы -курсовая - контрольная -детальное - конструкций -ищу -вакансии -закупка	Обследование ЗиС. Все виды работ!	33	Обследование зданий: выгодные цены, выполнение качественно и в срок!	68
216	радиационное обследование зданий +и сооружений	Радиационное обследование ЗиС	29	Радиационное обследование зданий. Опыт экспертов и гибкие цены. Звоните!	72

217	радиационное обследования жилых зданий	Радиационное обследование	25	Радиационное обследование жилых зданий. Опыт экспертов и гибкие цены!	69
218	расценки обследование зданий	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
219	расчет несущей способности здания +по результатам обследования	Расчет несущей способности здания	33	Расчет несущей способности здания от опытных экспертов. Звоните!	64
220	расчет стоимости обследования зданий +и сооружений	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
221	расчеты обследовании зданий	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
222	результаты обследования зданий сооружений	Результаты обследования ЗиС	27	Результаты обследования ЗиС. Получите образец технического заключения!	70
223	сколько стоит обследование здания	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
224	сроки обследования зданий +и сооружений	Обследования ЗиС. В срок!	25	Обследование зданий. Оптимально сжатые сроки выполнения. Звоните!	65
225	стоимость обследования зданий +и сооружений - определение -расчет - технический -конструкция - теплотехническое	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
226	стоимость обследования зданий -определение -работа -сооружение - тепловизионный - технический	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
227	стоимость обследования технического состояния зданий	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73

228	стоимость работ +по обследованию зданий +и сооружений	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
229	стоимость работ обследованию зданий - сооружение	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
230	стоимость работ обследованию зданий сооружений	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
231	стоимость тепловизионного обследования здания	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
232	стоимость технического обследования здания - состояние	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
233	строительная экспертиза обследование зданий	Строительная экспертиза. Звоните!	33	Строительная экспертиза. Многолетний опыт и оптимально сжатые сроки!	68
234	строительное обследование зданий +и сооружений - конструкция	Строительное обследование ЗиС	29	Строительное обследование зданий. Оптимально сжатые сроки и гибкие цены!	72
235	строительное обследование зданий -конструкция - экспертиза -салехарде	Строительное обследование зданий	32	Тепловизионное обследование зданий. Быстро, выгодно, качественно! Звоните!	74
236	тепловизионное обследование зданий +в волгограде	Тепловизионное обследование	27	Тепловизионное обследование зданий. Быстро, выгодно, качественно! Звоните!	74
237	тепловизионное обследование зданий +и сооружений -пример -цена	Тепловизионное обследование ЗиС	31	Тепловизионное обследование зданий. Быстро, выгодно, качественно! Звоните!	74
238	тепловизионное обследование зданий +и сооружений примеры	Тепловизионное обследование ЗиС	31	Тепловизионное обследование зданий. Быстро, выгодно, качественно! Звоните!	74

239	тепловизионное обследование зданий +и сооружений цена	Тепловизионное обследование ЗиС	31	Тепловизионное обследование зданий. Быстро, выгодно, качественно! Звоните!	74
240	тепловизионное обследование зданий - проведение -стоимость -цена -отчет -методика -смета -гост -теплопередаче - сопротивления	Тепловизионное обследование	27	Тепловизионное обследование зданий. Быстро, выгодно, качественно! Звоните!	74
241	тепловизионное обследование здания цена	Узнать стоимость обследования	29	Тепловизионное обследование - наши эксперты проконсультируют Бесплатно!	71
242	тепловое обследование зданий	Тепловое обследование зданий	28	Тепловое обследование зданий. Быстро, выгодно, качественно! Звоните!	68
243	техническая экспертиза здания обследование зданий	Техническая экспертиза здания	29	Техническая экспертиза здания. Оптимально сжатые сроки и гибкие цены!	69
244	техническое обследование жилых зданий -положение	Обследование жилых зданий	26	Техническое обследование жилых зданий. Надежно, выгодно, в срок! Звоните!	73
245	техническое обследование зданий +для проектирования реконструкции	Техническое обследование зданий	31	Техническое обследование зданий для проектирования реконструкции. Звоните!	74
246	техническое обследование зданий +и сооружений - состояние -инженерный - конструкция -москва - стоимость -услуга -цена -гост -задание -отчет -пример - виды -методы -сп -этапы - положение -нормативные - документы -правила - объектов -рк -надзор	Техническое обследование ЗиС	28	Техническое обследование ЗиС. Оптимально сжатые сроки и гибкие цены!	68

247	техническое обследование зданий +и сооружений москва	Обследование зданий от 25 000 р.!	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
248	техническое обследование зданий +и сооружений стоимость	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
249	техническое обследование зданий +и сооружений услуги	Обследование ЗиС. Все виды услуг!	33	Обследование зданий. Опыт. Доступные цены. Гарантии. Оптимальные сроки!	71
250	техническое обследование зданий +и сооружений цены - состояние	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
251	техническое обследование зданий -конструкция - состояние -жилой - инженерный -комплексный - кровля -москва -нежилой - необходимо -общий - проведение -промышленный -самар -спб -стоимость - строение -цена -экспертиза - гост -положение -всн - образец -акт -задание - примеры -отчет -заключение -проводит -результатам -цель -этапы -методы -смета - договор -услуги -виды - пожарно -сп -срок -действия -оквэд -проектирования - реконструкции -инструменты -надзор -скачать -котельной - общественных - коммуникаций -рк -расходы -	Техническое обследование зданий	31	Обследование зданий. Опыт. Доступные цены. Гарантии. Оптимальные сроки!	71

252	техническое обследование зданий самара	Обследование зданий. Вам сюда!	30	Техническое обследование зданий в Самаре. Гибкие цены, все точно в срок!	72
253	техническое обследование зданий сооружений цена - состояние -!и	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
254	техническое обследование зданий спб	Обследование зданий. Вам сюда!	30	Техническое обследование зданий в Петербурге. Гибкие цены, точно в срок!	72
255	техническое обследование зданий цена -сооружение - состояние	Рассчитать стоимость обследования	33	Обследование ЗиС. Воспользуйтесь калькулятором цен или спросите эксперта!	73
256	техническое обследование конструкций зданий +и сооружений -строительный - состояние	Техническое обследование ЗиС	28	Техническое обследование конструкций ЗиС. Качественно, доступно, в срок!	72
257	техническое обследование конструкций здания - состояние	Обследование конструкций здания	31	Техническое обследование конструкций здания. Выгодно и качественно!	67
258	техническое обследование кровли здания	Техническое обследование кровли	31	Техническое обследование кровли. Опытные эксперты.Собственная ЛНК. Звоните!	75
259	техническое обследование нежилых зданий	Обследование нежилых зданий	27	Техническое обследование нежилых зданий. Оптимально сжатые сроки! Звоните!	74
260	техническое обследование промышленных зданий	Обследование промышленных зданий	32	Техническое обследование промышленных зданий. Надежно и выгодно! Звоните!	73
261	техническое обследование состояния зданий сооружений -!и - комплексный -конструкция - цена -гост	Техническое обследование ЗиС	28	Техническое обследование состояния зданий. Надежно и выгодно! Звоните!	70
262	технологическое обследование зданий	Технологическое обследование ЗиС	32	Полный комплекс работ по обследованию зданий. Качественно и в срок!	67

263	требуется обследование зданий +и сооружений	Обследование зданий. Звоните!	29	Закажите обследование здания прямо сейчас. Надежно и точно в срок! Звоните!	75
264	требуется обследование здания	Обследование здания. Звоните!	29	Закажите обследование здания прямо сейчас. Надежно и точно в срок! Звоните!	75
265	услуги обследованию зданий +и сооружений -технический -тепловизоры	Обследование ЗиС. Все виды услуг!	33	Полный комплекс работ по обследованию зданий. Качественно и в срок!	67
266	услуги обследования зданий -тепловизоры -сооружений	Обследование ЗиС. Все виды услуг!	33	Полный комплекс работ по обследованию зданий. Качественно и в срок!	67
267	экспертиза обследование +и испытание зданий	Экспертиза - обследование зданий	32	Обследование зданий: проведение испытаний. Опытные эксперты, работы в срок!	75
268	экспертное обследование зданий +и сооружений	Экспертное обследование ЗиС	27	Экспертное обследование зданий. Оптимально сжатые сроки и гибкие цены!	70
269	экспертное обследования здания -пример -отчета - производственного	Экспертное обследование здания	30	Экспертное обследование зданий. Оптимально сжатые сроки и гибкие цены!	70